**SEGURIDAD EN PRODUCTOS**
Carriolas, sillas y andadoras
¿Tu bebé está a salvo en ellas?

**TENDENCIAS DE CONSUMO**
Autoempleo, un nuevo paradigma entre los jóvenes

**CONSUMO 2.0**
Phishing: pescando incautos en la red

# Revista del Consumidor

revistadelconsumidor.gob.mx
@r_consumidor

El Laboratorio Profeco reporta:

# Refrescos
## y bebidas saborizadas
La verdad no siempre es tan dulce...

**¡Airéate!**
Estudio de calidad: Ventiladores

Incluye Quién es Quién en los Precios

**Consumo energético**
Dime dónde vives y te diré cuánto te cobran

**Radiografía Ecoturismo**
México como nunca lo habías vivido



**Publicidad engañosa**
**ECO FRAUDES**
Que no abusen de tu conciencia

No más zumbidos a media noche:

**Insecticida ecológico**
Ahuyenta a los mosquitos naturalmente

Mayo de 2012 Núm. 423 $25
7 509997 078342 00423
Exhibir hasta el 31 de mayo ISSN 0185-8874

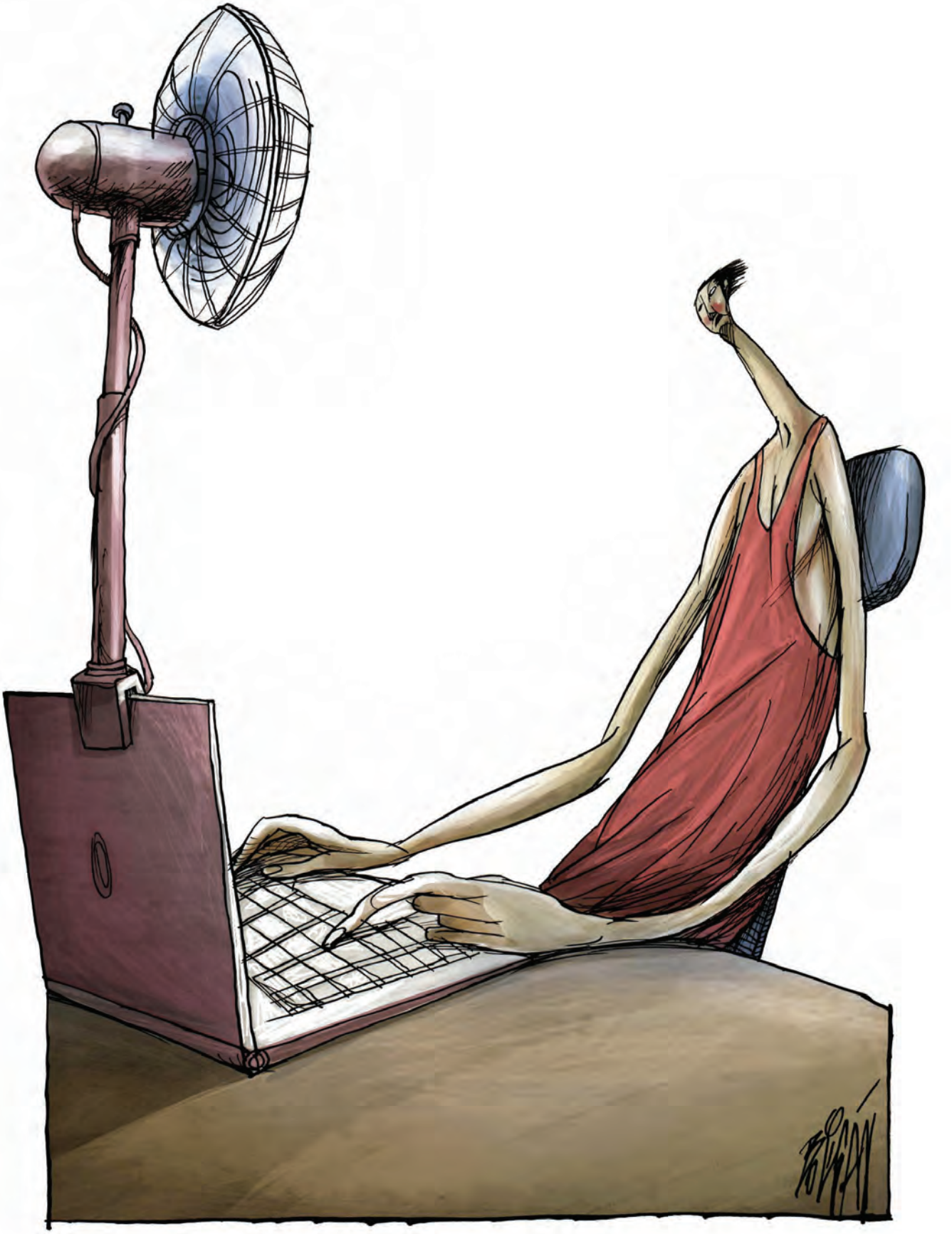
# Fernanda Tapia te pone en sintonía con el consumo inteligente

Radio 760 AM
¡Comunicación con sentido!

## REVISTA DEL CONSUMIDOR EN RADIO ABC

Todos los martes, de 20:30 a 21:00, por el 760 AM de tu radio, Fernanda te comparte secretos y estrategias para llevar una economía familiar sana.

# Ideas frescas, por **Boligán**



Revista del Consumidor

# Sumario


**06 ÉSTA ES TU VOZ**
Los consumidores conversan con **Profeco**.

**08 INFOGRAFÍA**
México turístico: los destinos consagrados, los *hot spots*, los emergentes y hasta los Pueblos Mágicos. Conócelos a fondo.

**10 QUÉ HACER SI...**
Vas a contratar un servicio de autofinanciamiento y quieres estar seguro de tu inversión.

**11 CONSUMO CULTURAL**
Descubre en qué consisten y en qué partes de México están los museos interactivos.

**12 CONSUMO EN EL MUNDO**
Entérate de las nuevas tendencias de consumo alrededor del orbe.

**14 CONSUMO EN LOS ESTADOS**
Quien visita Oaxaca siempre encuentra un pretexto para volver.

**19 FINANZAS PERSONALES**
Los pagos mínimos de tu tarjeta pueden hacer más pesada tu deuda. Aprende a usarlos a tu favor.

**22 CONSUMO 2.0**
En el mundo virtual existen tantos peligros como en el mundo real. Evita engaños como el *phishing* o suplantación de identidad.

**24 SABER CONSUMIR**
¿Sabes si eres comprador o compradora compulsiva? Descúbrelo con este test antes de que sea demasiado tarde.

**26 SALUD Y NUTRICIÓN**
La homeopatía es una práctica médica cada vez más extendida, demostrando su efectividad a pesar de sus detractores.

**28 TIPS DEL CHEF**
Cuida a mamá desde el plato. Integra a su dieta alimentos antioxidantes y ricos en calcio.

**29 CONSUMO ENERGÉTICO**
Las zonas tarifarias son parte fundamental para tasar el cobro del servicio de energía eléctrica. Descubre cómo funcionan.

**32 SEGURIDAD DE PRODUCTOS**
Identifica qué carriolas, andadoras y otros artículos para bebé son realmente seguros.

**34 TECNOLOGÍA DOMÉSTICA**
¿Los insectos están haciendo un día de campo en tu sala? Ahuyéntalos con un insecticida ecológico.

**36 PUBLICIDAD ENGAÑOSA**
Se dicen ecológicos, "verdes" o amigables con el planeta. Sin embargo, no todos cumplen. ¿Están lucrando con tu conciencia?

**66 RADIOGRAFÍA**
Ecoturismo y turismo de aventura: conoce en qué consisten e identifica las opciones que nuestro país ofrece.

**72 TENDENCIAS DE CONSUMO**
El autoempleo se ha erigido como la única opción para miles de jóvenes. ¿De qué se trata este fenómeno?

**80 PROFECO SERVICIOS**
Conoce las herramientas y procedimientos disponibles para defender tus derechos como consumidor.

**82 PEQUEÑOS CONSUMIDORES**
¡Alguien metió el desorden al Plato del Buen Comer! Ayúdanos a encontrar a los alimentos bromistas y meterlos en cintura.

**84 EL TURNO DE...**
Fernanda Tapia es irreverente, honesta y desinhibida. Pero, ¿sabías que también es una compradora compulsiva?


**54**

↘ ESTUDIO DE CALIDAD:

## VENTILADORES

De mesa, torre o pedestal... estos electrodomésticos son el mejor aliado para lidiar con el calor. Sin embargo, ¿cuál reúne potencia, precio y seguridad? Descúbrelo en este refrescante estudio de calidad.

↘ EL LABORATORIO PROFECO REPORTA:

**40**

## REFRESCOS Y BEBIDAS SABORIZADAS

Agua, edulcorantes, acidulantes, colorantes y otros aditivos son puestos bajo la lupa. Descubre cuántas calorías te aporta tu bebida favorita para decidir en qué cantidad y con qué frecuencia te conviene beberla.

De las páginas de...

PROTEJA

# $U DINERO

## Cómo enfrentar tus deudas

"Hasta el año pasado ganaba un buen sueldo, lo que me permitía manejar varias tarjetas de crédito, pero perdí mi trabajo y ahora sólo realizo pagos mínimos y a veces ni eso: los bancos han comenzado a exigirme que les pague. ¿Cómo voy a salir de esto? Atentamente, Ramón."

### ¿De qué tamaño es el problema?

Identifica cuánto debes, cuánto ganas y cuánto gastas cada mes. Eso te permitirá conocer la cantidad que puedes destinar a pagar tus deudas. Lo ideal es que cuando menos cubras el pago mínimo de cada plástico y no utilices las tarjetas hasta haberlas liquidado. Pero si ni haciendo un esfuerzo de ahorro puedes cubrir los mínimos, acércate a tu banco y explica con franqueza cuál es tu situación.

### Todas en una

Una opción es consolidar tus deudas, es decir, reunir la deuda de varios plásticos en uno.

Será más fácil tener bajo control una tarjeta de crédito que cinco, así no tendrás que estar atento a varias fechas de corte y de pago, ni te cobrarán varias comisiones anuales. La idea es que ese nuevo préstamo tenga una tasa de interés más baja que las de tus deudas por separado, así tu deuda crecerá a un ritmo menor.

Varios bancos ofrecen estos programas a través de una invitación, si estás interesado comunícate con tu banco.

### Una por una

Tienes alternativas para enfrentarlas una por una. Haciendo un esfuerzo, puedes recortar tus gastos para ampliar tu capacidad de pago (por ejemplo: llevando comida a la oficina, en vez de comer en restaurantes). La pregunta es ¿a cuál de todas tus tarjetas debes destinar ese dinero?

**a)** A la que tenga la tasa más alta, pues allí la deuda crece más rápido.
**b)** A la que debes menos, para ir eliminando los plásticos uno por uno.

La mejor opción será aquella que te ayude a recuperar más rápidamente el balance en tu presupuesto y dependerá de tu caso particular: para saberlo analiza el plazo que tardarías en pagar realizando sólo pagos mínimos o cuánto tendrías que abonar cada mes para liquidar en un año (estos datos vienen incluidos en tu estado de cuenta).

**Envíanos tus preguntas y comentarios sobre servicios financieros a: educacionfinanciera@condusef.gob.mx**


Del D.F. y área metropolitana
**53 400 999**
de todo el país
**01 800 999 80 80**

**Síguenos por *twitter*: @CondusefMX**

**www.condusef.gob.mx**

Educación Financiera
Tu ganancia

Profeco

SE

**Procurador Federal del Consumidor**
Bernardo Altamirano Rodríguez

**Coordinador General de Educación y Divulgación**
Gerardo Rodríguez Sánchez Lara

**Director General de Difusión**
Roberto Bello Salcedo

Revista del Consumidor

**Directora Editorial**
Mónica Adriana Ledón Ruiz

**Jefe de información**
Ismael Flores Ruvalcaba

**Investigación y redacción**
Thalía Castillo Gill

**Corrección de estilo**
Marco Menéndez

**Directora de Arte y Diseño**
Silvia Peraza de Prado

**Editor gráfico**
Javier Caballero Sandoval

**Diseño**
Roberto Paz Amaya
Alejandro Sánchez Velasco

**Colaboradores**
Boligán
Rodrigo Pérez Rembao

**Ilustración**
Bachan
Mónica Miranda
Obi
Bruno Piña

**Fotografía**
Rodolfo Valtierra
José Rodríguez

**Consejo Editorial**
Aída Albuerne Piña
Roberto Bello Salcedo
Alejandro Celis Albarrán
Noreli Domínguez Acosta
Rubén Durán Miranda
Gastón Fernández Arnaiz
Gonzalo Alberto García Ávila
José Jarero Valencia
Aarón Jiménez Paz
María del Pilar López Fernández
Patricia Angelina López Sánchez
Carlos Martínez Velázquez
Laura Alicia Méndez Rodríguez
Juan Alejandro Navarrete Ortega
Suriel Ramírez Zaldívar
Tania Rodríguez Ortiz
Gerardo Rodríguez Sánchez Lara
Noemí Valerio Barrón

**Publicidad**
Tania Santa Cruz
ventas@profeco.gob.mx

# Para el calor, información fresca

México es un país de contrastes. Diferentes lenguas, paisajes multicolores, fauna y flora variadas, culturas que conviven en un solo territorio, distintos climas... Conscientes de que en estos meses se registra un ascenso en la temperatura, hemos dedicado los estudios de calidad a dos imperdibles de esta temporada: refrescos y bebidas saborizadas, y ventiladores. Hidratarnos continuamente es fundamental para sortear el calor en esta época. Sin embargo, ¿un refresco es la mejor opción, máxime cuando nuestro país ha sido identificado como una de las naciones con mayor índice de sobrepeso y obesidad? Con este estudio conocerás el aporte calórico que tiene tu bebida favorita y, de esta manera podrás, tomar una decisión personal e informada sobre su consumo.

Respecto del estudio de ventiladores, vale la pena apuntar que es una reescritura del realizado en 2008, en el que se detectaron modelos inseguros para los consumidores. Aquel primer estudio derivó en una verificación a nivel nacional que resultó en el retiro del mercado de 34 modelos. Por desgracia, en esta nueva versión del estudio encontramos algunos que continúan incumpliendo la norma.

Preocupados por la seguridad de los más pequeños, te presentamos una guía para seleccionar adecuadamente los muebles y artículos para bebé, pues en el mercado existen productos que pueden representar un peligro. En este tenor, en **Profeco** estamos apoyando la elaboración de normas de seguridad para regular de mejor manera estos artículos.

Buscando que tu recibo de luz no venga muy alto, en la sección de Consumo Energético te explicamos las zonas tarifarias del país, calculadas con base en las temperaturas regionales, que hacen que no pagues lo mismo si vives en Puebla que si radicas en Baja California. Queremos que esta información te sea de utilidad para razonar tu consumo de energía, dándole un respiro no sólo a tu bolsillo, también al planeta.

Siguiendo con la preocupación medioambiental y fomentando el consumo crítico, en Publicidad Engañosa te damos tips para que reconozcas los eco-fraudes en esta materia: productos que se hacen pasar por ecológicos, pero que de "verdes" no tienen casi nada.

También, en Radiografía, te presentamos una opción para vacacionar: el ecoturismo, una forma de conocer tu país respetando el medio ambiente. E incluimos una infografía que enumera las inigualables riquezas naturales y culturales que te ofrece México, y que lo convierten en uno de los principales destinos turísticos en el mundo.

Como ves, en este número de la **Revista del Consumidor** nos esforzamos para ofrecerte información que te ayude a refrescar tu vida, con datos útiles para inaugurar la temporada de calores. Cuéntanos en **rconsumidor@profeco.gob.mx** si lo logramos.

**Comentarios y sugerencias:** José Vasconcelos 208, piso 7, col. Condesa, CP 06140, delegación Cuauhtémoc. Apartado postal 20600, México DF. Teléfono: 5625 6930. Fax: 5553 0574, e-mail: rconsumidor@profeco.gob.mx

La **Revista del Consumidor**, publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (**Profeco**), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en el teléfono 5553 0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de **Profeco**: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. **No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.** Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que **Profeco** lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.
Certificado de Licitud de Título núm. 1127 y Certificado de Licitud de Contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en Talleres Gráficos de México, Av. Canal del Norte 80, col. Felipe Pescador, del. Cuauhtémoc, México, DF, CP 06280. Distribución en el Distrito Federal por la Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México A.C., Calle Guerrero #50, col. Guerrero, Tel. 5591 1400 y 5591 1401, a través del Despacho Everardo Flores Serrato, Serapio Rendón #87, planta baja, col. San Rafael, CP 06470, Tel. 5128 6670. Editora responsable: Mónica Adriana Ledón Ruiz. Tiraje: 45,000 ejemplares.

# Índice temático **Revista del Consumidor 2008-2012**

¿Buscas un no-brake confiable? ¿Te interesa conocer los beneficios del omega 3? ¿Quieres saber cuál es la mejor bebida hidratante para tu rutina de ejercicios? Encuentra aquí todos los estudios de calidad y artículos informativos que han aparecido en la **Revista del Consumidor** desde 2008.


## A

**Aceite de oliva** (est.), abr 08, 374, p. 56
**Aceites vegetales** (est.), oct 10, 404, p. 36
**Agua, crisis del** (art.), feb 10, 396, p. 56
**Aguinaldo** (art.), dic 09, 394, p. 46
**Alaciadores para el cabello** (est.), ene 09, 383, p. 34
**Antibacteriales** (est.), mar 10, 397, p. 60
**Atún enlatado** (est.), mar 12, 421, p. 36
**Audífonos de botón** (est.), sep 10, 403, p. 52
**Automedicación (peligros)** (art.), nov 10, 405, p. 62

## B

**Básculas** (est.), mar 09, 385, p. 56
**Bases para iPod o MP3** (est.), ene 09, 383, p. 84
**Baumanómetros** (est.), sep 09, 391, p. 54
**Bebidas congeladas** (est.), jul 08, 377, p. 58
**Bebidas de soya** (est.), sep 09, 391, p. 36
**Bebidas energéticas** (est.), mar 11, 409, p. 26
**Bebidas hidratantes** (est.), oct 11, 416, p. 56
**Bicicletas** (art.), abr 12, 422, p.68
**Biodiversidad y consumo** (art.), jul 10, 401, p. 34

## C

**Cafeteras** (est.), abr 08, 374, p. 44
**Cajas de ahorro** (art.), nov 09, 393, p. 64
**Calentadores ambientales** (est.), dic 08, 382, p. 64
**Calentadores de agua** (est.), nov 11, 417, p. 48
**Caldos** (est.), jun 08, 376, p. 52
**Calzones entrenadores** (est.), may 09, 387, p. 76
**Camisas de vestir** (est.), may 08, 375, p. 54
**Campamentos de verano** (art.), jul 11, 413, p. 56
**Casa de Moneda** (art.), feb 08, 372, p. 26
**Casas ecológicas** (art.), ene 09, 383, p. 66
**Cátsup** (est.), ene 11, 407, p. 30
**Centros de lavado** (est.), nov 10, 405, p. 44
**Cereales para niños** (est.), abr 11, 410, p.30
**Cerveza** (est.), sep 11, 415, p. 36
**Champú cabello teñido** (est.), feb 10, 396, p. 48
**Clubes deportivos** (art.), feb 08, 372, p. 72
**Colchones** (est.), jul 09, 389, p. 44
**Comprar casa, guía** (art.), feb 10, 396, p. 64
**Computadoras I, laptops** (est.), ago 09, 390, p. 38
**Computadoras II** (est.), ago 10, 402, p. 42
**Computadoras III** (est.), ago 11, 414, p. 34
**Condones** (est.), feb 11, 408, p. 28
**Consomés** (est.), jun 08, 376, p. 52
**Consumo de luz** (art.), sep 11, 415, p. 68
**Cosméticos** (art.), may 08, 375, p. 36
**Crédito comercial** (art.), abr 10, 398, p. 60
**Créditos financieros** (art.), feb 09, 384, p. 38
**Cremas comestibles** (est.), dic 11, 418, p. 52
**Cremas de verduras** (est.), jun 09, 388, p. 38
**Croquetas para cachorros** (est.), nov 11, 417, p. 35
**Cuesta de enero** (art.), ene 10, 395, p. 38
**Cuidadores de enfermos** (art.), oct 09, 392, p. 70

## D

**Déficit de atención (trastorno)** (art.), jun 09, 388, p. 62
**Desastres naturales** (art.), ene 10, 395, p. 66
**Desatornilladores eléctr.** (est.), sep 08, 379, p. 66
**Detergentes líquidos** (est.), sep 08, 379, p. 40
**Discos duros externos** (est.), may 11, 411, p. 48

## E

**Enjuagues bucales** (est.), feb 09, 384, p. 44
**Ensaladas envasadas** (est.), mar 08, 373, p. 56
**Escuelas de manejo** (art.), dic 08, 382, p. 34
**Estufas** (est.), jul 11, 413, p. 42
**Etiquetas nutrimentales** (est.), oct 09, 392, p. 36

## F

**Fajas** (est.), may 09, 387, p. 38
**Fechas de caducidad** (art.), jul 11, 413, p. 64
**Finanzas en pareja** (art.), feb 10, 396, p. 40
**Finanzas familiares** (art.), ene 09, 383, p. 28
**Finanzas para el joven adulto** (art.), may 10, 399, p. 48
**Floristerías** (art.), feb 11, 408, p. 56
**Frituras** (est.), abr 12, 422, p. 44
**Frutas en conserva** (est.), dic 08, 382, p. 40
**Fumigaciones** (art.), sep 09, 391, p. 68
**Futbol, crítica del** (art.), jun 10, 400, p. 64

## G

**Gimnasios** (art.), feb 08, 372, p. 72
**Golosinas congeladas** (est.), jul 08, 377, p. 58

## H

**Hamburguesas** (est.), dic 10, 406, p. 30
**Hormonas (en pollos)** (art.), mar 10, 397, p. 54
**Hornos de microondas** (est.), abr 11, 410, p. 50
**Huertos caseros** (art.), sep 09, 391, p. 44

## I

**Impermeabilizantes** (est.), abr 12, 422, p. 56
**Impresoras fotográficas** (est.), nov 09, 393, p. 54
**Internet, consumo en** (art.), mar 12, 421, p. 64
**Internet móvil de banda ancha** (art.), dic 11, 418, p. 64
**Inversión, planes de** (art.), jul 09, 389, p. 38

## J

**Juguetes para bebé** (est.), oct 09, 392, p. 48

## L

**Lácteos, productos** (art.), feb 12, 420, p. 60
**Lámparas ahorradoras de energía** (est.), ene 12, 419, p. 54
**Lápices labiales** (est.), may 10, 399, p. 34
**Latas de mejillones, ostiones y sardinas** (est.), abr 09, 386, p. 44
**Lechitas saborizadas** (est.), nov 10, 405, p. 26
**Licuadoras** (est.), ene 10, 395, p. 56
**Light, productos** (est.), ene 12, 419, p. 34

## M

**Mantenimiento de autos** (art.), jul 10, 401, p. 56
**Margarinas** (est.), may 11, 411, p. 28
**Mezcal** (art.), sep 08, 379, p. 50
**Miel de abeja** (est.), jun 11, 412, p. 30
**Mochilas** (est.), jul 10, 401, p. 34
**Multifuncionales** (est.), abr 09, 386, p. 64

## N

**No-breaks** (est.), feb 11, 408, p. 44
**Nuggets** (est.), mar 09, 385, p. 50

## O

**Ollas de presión** (est.), jun 11, 412, p. 44
**Omega 3, alimentos con** (est.), dic 09, 394, p. 38

## P

**Pañales para bebé** (est.), sep 11, 415, p. 52
**Papas fritas** (est.), ago 08, 378, p. 56
**Papel higiénico** (est.), mar 12, 421, p. 48
**Papillas para bebé** (est.), abr 10, 398, p. 42
**Parrillas eléctricas** (est.), nov 08, 381, p. 46
**Partos programados** (art.), may 10, 399, p. 64
**Pegamentos** (est.), jul 10, 401, p. 50
**Películas DVD y Blu-ray** (art.), may 11, 411, p. 60
**Periqueras** (est.), abr 10, 398, p. 52
**Pescado, consumo de** (art.), abr 09, 386, p. 38
**Pilas AA** (est.), oct 11, 416, p. 66
**Pinturas vinílicas** (est.), oct 10, 404, p. 56
**Piratería computacional** (art.), mar 10, 397, p. 72
**Pizzas** (est.), feb 12, 420, p. 38
**Podología** (art.), nov 09, 394, p. 70
**Publicidad encubierta** (art.), may 10, 399, p. 44
**Publicidad engañosa** (art.), oct 11, 416, p. 34
**Puré de tomate** (est.), ene 11, 407, p. 44

## Q

**Queso panela** (est.), jul 11, 413, p. 28

## R

**Reciclaje, centros de** (art.), ene 11, 407, p. 60
**Redes sociales, el nuevo poder de los consumidores** (art.), nov 11, 417, p. 66
**Refrigeradores** (est.), feb 12, 420, p. 48
**Regaderas ecológicas** (est.), mar 11, 409, p. 44
**Regreso a clases, guía de** (art.), ago 11, 414, p. 60
**Reproductores MP3** (est.), oct 08, 380, p. 64
**Ropa deportiva** (est.), feb 10, 396, p. 64

## S

**Sábanas** (est.), oct 08, 380, p. 44
**Sal en alimentos** (est.), jun 10, 400, p. 42
**Salchichas para hot dog** (est.) sep 10, 403, p. 46
**Seguros, cultura de los** (art.), jun 09, 388, p. 44
**Seguros de autos** (art.), oct 10, 404, p. 50
**Seguros educativos** (art.), sep 08, 379, p. 30
**Servicios inmobiliarios, guía** (art.), oct 11, 416, p. 38
**Suavizantes de telas** (est.), ago 09, 390, p. 38

## T

**Tabletas** (est.), ago 11, 414, p. 34
**Taladros eléctricos** (est.), sep 08, 379, p. 66
**Tarjetas tel. de prepago** (art.), dic 09, 394, p. 70
**Tarot, charlatanes del** (art.), dic 10, 406, p. 62
**Teatro en casa, sistemas de** (est.), jun 09, 388, p. 52
**Telefonía celular, tarifas** (art.), mar 10, 397, p. 40
**Televisión de paga** (art.), sep 10, 403, p. 46
**Televisores LCD y LED** (est.), dic 11, 418, p. 34
**Termómetros** (est.), mar 10, 397, p. 64
**Tiempos compartidos** (art.), jun 09, 388, p. 70
**Tiendas departamentales, historia de** (art.), jul 10, 401, p. 68
**Tintes para cabello** (est.), nov 08, 381, p. 34
**Toallas** (est.), feb 09, 384, p. 72
**Tortilla** (art.), ene 12, 419, p. 66
**Transporte de pasajeros** (art.), ago 09, 390, p. 70

## U

**Útiles escolares** (art.), ago 11, 414, p. 60

## V

**Vainilla** (art.), nov 10, 405, p. 56
**Ventiladores** (est.), jun 08, 376, p. 40
**Videocámaras** (est.), dic 10, 406, p. 46
**Videojuegos** (art.), abr 08, 374, p. 34
**Vitaminas** (art.), feb 10, 396, p. 34


**(art.)** = artículo
**(est.)** = estudio de calidad
**abr 08** = mes de publicación
**397, p. 15** = número de edición y página

Revisa el contenido de nuestros números anteriores en **revistadelconsumidor.gob.mx** o en el Centro de Documentación (Cedoc) ubicado en Av. José Vasconcelos número 208, planta baja, colonia Condesa, delegación Cuauhtémoc, en México DF.

# Ésta es tu voz

En la **Revista del Consumidor** nos interesa escuchar tu voz. Mándanos tus experiencias de consumo, sugerencias de temas para futuros estudios de calidad, opiniones, dudas y recomendaciones. Escríbenos a **rconsumidor@profeco.gob.mx** o a Av. José Vasconcelos 208, séptimo piso, colonia Condesa, CP 06140, en el Distrito Federal. También puedes contactarnos en Twitter a través de la cuenta **@r_consumidor** y publicar en el muro de nuestro perfil **Consumidor Inteligente** en Facebook. ¡Ésta es tu voz, hazte escuchar!

## Agua que no has de beber, ¿cóbrala?

**Soy un asiduo lector de su revista. Desde hace tres años estoy suscrito a ella. Ésta es la primera vez que me dirijo a ustedes, ya que hace aproximadamente unos 30 días tuve la siguiente experiencia: acudí a comer a un lugar llamado Sushi Roll –un restaurante de comida japonesa– ubicado en Plaza Central, en la Ciudad de México. El asunto fue que, al terminar nuestros alimentos, mi esposa solicitó un vaso con agua. Sin embargo, nos respondieron que ahí sólo vendían botellitas de agua con un costo de 20 pesos.**

**Mi pregunta es, ¿esto es normal? ¿Existe alguna reglamentación que obligue a los prestadores de servicios alimentarios a obsequiar el agua con el consumo? Y de ser así, como consumidores, ¿qué podemos hacer para denunciar estas prácticas abusivas?**

**Creo que después de haber hecho un consumo, lo menos que merecemos es un vaso con agua, y no una botellita de agua vendida. Saludos cordiales.**

***Édgard Arcos***

Dicen por ahí que "un vaso de agua no se le niega a nadie". Sin embargo, no existe alguna disposición legal que obligue a los establecimientos a vender u ofrecer un producto en específico. Ofrecer o no un vaso de agua gratuito al final de una comilona es en realidad una política interna que cada local fija.

Como cualquier otro proveedor de bienes o servicios, los restauranteros están obligados únicamente a respetar los precios, exhibirlos en algún lugar visible –en la carta o menú, por ejemplo–, así como cumplir con las características pactadas al contratar el servicio. Dicha botellita de agua debe de aparecer en el menú marcada con el precio que nos comentas.

Si alguno de los puntos anteriores no fue respetado, entonces estás en todo tu derecho de poner una queja.

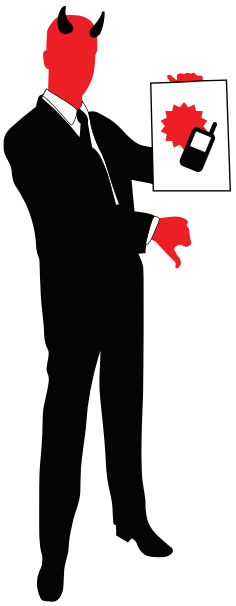
Para ello, debes llamar al **Teléfono del Consumidor** o entrar a **telefonodelconsumidor.gob.mx** donde podrás iniciar este proceso recibiendo la asesoría para ello. Marca al 5568 8722 desde el Distrito Federal y área metropolitana, o bien al 01 800 468 8722 desde el interior del país, o acude a la delegación que te corresponde.

Ahora, no olvides que, como consumidor, tú tienes el poder. Si las políticas internas de algún establecimiento no te agradan –a pesar de que cumplan con lo establecido en la ley–, es tu derecho elegir otro lugar para consumir; es decir, no les vuelvas a comprar.

Recuerda que no hay mejor incentivo que premiar con tu preferencia a los proveedores que dan un buen servicio.

## “El que da y quita, con el diablo se desquita”

**Quisiera hacerles una consulta. Hace algunas semanas mi esposa compró dos teléfonos Alcatel 819A de Unefon en una tienda Coppel en Cuernavaca, Morelos. El vendedor nos dijo que estos teléfonos “estaban incluso por encima de unos Samsung Chat”. Nos ofreció una promoción de 30 días de navegación en internet gratis (misma que también aparece en una propaganda impresa donde no se leen restricciones ni leyendas chiquitas) y 300 minutos de Comunidad Unefon. Contratamos el servicio y, al poco tiempo, el teléfono de mi esposa comenzó a dar problemas. La compañía achacó que no tuviera servicio al temblor que había ocurrido en días previos. A mí el internet se me fue como a la semana.**



**Cuando llamé al vendedor, me dijo que “sólo me daban 500 MB de internet y no 30 días”, pues la promoción únicamente aplica para algunos modelos. Sin embargo, en un comercial de Unefon afirman que al comprar “cualquier equipo” te dan 300 mensajes y 300 minutos.**

**Para colmo de males, ¡mi señal es pésima! Ellos dicen que no pueden hacer nada.**

**¿Ustedes creen que así sea? Espero nos ayuden, porque nos convencieron de comprar estos equipos con puras mentiras.**

***Psycko Klown Baudelaire***

**Consumidor Inteligente:**
¿Todavía conservan los promocionales? Es muy probable que los necesiten para presentar una queja por incumplimiento en la promoción y denunciar la presunta publicidad engañosa.

Las reglas que regulan a la “publicidad responsable” son varias, pero obedecen a un espíritu común: nunca engañar ni confundir al cliente. Cuando en las promociones o anuncios publicitarios imperan confusión, exageraciones o estamentos que no se especifican en los contratos, estamos hablando de casos de publicidad engañosa. Y, por desgracia, puede que éste sea su caso.

¿Qué deben hacer para hacer valer sus derechos? Lo primero será comunicarse al **Teléfono del Consumidor** o entrar a **telefonodelconsumidor.gob.mx** y comenzar un proceso de queja por incumplimiento en la promoción y la presunta publicidad engañosa.

Llama al 5568 8722 desde el Distrito Federal y área metropolitana, o bien al 01 800 468 8722 desde el interior del país para iniciar el proceso legal.

Respecto a la mala calidad en la recepción telefónica, acudan al sitio micofetel.gob.mx donde podrán encontrar información útil para reportar fallas en los servicios de internet y telefonía, tanto fija como móvil. Por otro lado, en el **Portal del Consumidor consumidor.gob.mx** también encontrarán una sección entera dedicada a la publicidad engañosa y las acciones que se pueden tomar en su contra.

## “A la fuerza ni los zapatos entran”

**@KiKeCastroV: ¡Buen día! ¿En los restaurantes es legal que te cobren el 10% extra de tu consumo por concepto de “servicio”?**

**@Profeco**

¡De ninguna manera, Kike! El Artículo 19, fracción III, del Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LPFC) establece que “hacer un cargo no autorizado por el consumidor que no se derive del contrato” constituye una práctica comercial abusiva, lo cual va contra la misma ley. La propina –como también llaman a este “cargo extra” en los tickets– es en realidad una aportación voluntaria que se sugiere oscile entre 10 y 15% del total del consumo.

Esto no aplica también para antros, bares y centros de espectáculos también están impedidos para exigir el pago de propina, servicio o, incluso, el famoso consumo mínimo. Tampoco pueden condicionarte la entrada al lugar, a ocupar una mesa o hacer uso de las instalaciones, como los baños.

Si te han querido cobrar el “servicio”, págales con una denuncia ante **Profeco**. Llama al **Teléfono del Consumidor** (5568 8722 desde el DF y área metropolitana, o bien al 01 800 468 8722 desde el interior del país) o entra a **telefonodelconsumidor.gob.mx** y ponle fin a las prácticas abusivas.

¿Te interesaría recibir mensualmente en tu correo electrónico la Tecnología Doméstica, el Platillo Sabio Profeco, nuestros estudios de calidad y los precios del gas? Comunícate al **Teléfono del Consumidor** para suscribirte sin costo alguno. Llama al 5568 8722 si vives en el DF y área metropolitana, o al 01 800 468 8722 desde el interior del país, lada sin costo.

**Atención** Las cartas que envíes a la **Revista del Consumidor** implican tu consentimiento para que sean editadas y publicadas. Tus datos personales quedan protegidos conforme a los lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI). Muy importante: no olvides incluir tu nombre completo y una dirección o número telefónico donde podamos ponernos en contacto contigo.

Esta sección es un espacio para que los consumidores compartan sus experiencias de consumo con los demás lectores. La **Revista del Consumidor** no tiene las facultades legales para intervenir en la solución de los problemas que se plantean, pero sí para brindar a los lectores la asesoría necesaria con el objetivo de que, a través de las instituciones correspondientes, se resuelvan los conflictos que enfrenten con prestadores de servicios.

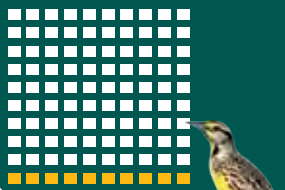
# México, un lugar muy especial

**México es uno de los destinos turísticos más importantes del mundo. No es en balde. Vivimos en un país de inigualable riquezas naturales y culturales. ¿Las conoces todas?**

El primero en el mundo en número de especies de reptiles.

Porcentaje de las especies vegetales, animales y microorganismos conocidos existen en el pais.

10%



En Cuatrociénegas, Coahuila, se encuentran endémicos 10 especies de caracoles, 6 de crustáceos, 2 tortugas y 13 peces.

Es el hogar de 500 especies de maméferos silvestres, 35 especies de carnívoros, 14 de lagomorfos (liebres)

De las 350 especies de tiburones en el mundo, 93 se encuentran en mares mexicanos.

Tenemos el 50% de las cactáceas conocidas del mundo.

La superficie territorial de México ocupa 2 millones de kilómetros cuadrados.

## Patrimonio de la Humanidad

La UNESCO promueve la identificación y preservación del patrimonio cultural por medio de un acuerdo internacional denominado la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural.

Los sitios son incluidos en la lista con base en sus cualidades, tales como: representar una obra maestra, aportar un testimonio cultural único, ser ejemplo arquitectónico sobresaliente o expresar una autenticidad cultural o histórica, entre otras.

Las ciudades declaradas Patrimonio Mundial tienen acceso o asistencia técnica internacional a fondos de financiamiento, a programas especializados de cooperación, formación profesional y educativa. México aporta 10 de estas ciudades:

- Campeche
- Cd. de México
- Guanajuato
- Morelia
- Oaxaca
- Puebla
- Querétaro
- San M. de Allende
- Tlacotalpan
- Zacatecas

## Reservas de la Biosfera

Se trata de áreas representativas de uno o más ecosistemas no alterados por el hombre. Son designadas por el Programa sobre el Hombre y la Biósfera de la UNESCO para promover una relación equilibrada. Existen 152 de estos sitios en 109 países y 37 de ellas están en nuestro país.

1 Área Natural Estado: Marismas Nayarit
2 Área Natural Estado: Janos Chihuahua
3 Área Natural Estado: Tiburón Ballena Quintana Roo
4 Área Natural Estado: El Vizcaíno Baja California Sur
5 Área Natural Estado: Laguna Ojo de Liebre Baja California Sur
6 Área Natural Estado: Sierra La Laguna Baja California Sur
7 Área Natural Estado: Calakmul Campeche
8 Área Natural Estado: Los Petenes Campeche
9 Área Natural Estado: Selva El Ocote Chiapas
10 Área Natural Estado: La Encrucijada Chiapas
11 Área Natural Estado: Lacan Tun Chiapas
12 Área Natural Estado: Montes Azules Chiapas
13 Área Natural Estado: La Sepultura Chiapas
14 Área Natural Estado: El Triunfo Chiapas
15 Área Natural Estado: Volcán Tacaná Chiapas
16 Área Natural Estado: Mapimí Durango
17 Área Natural Estado: Michilía Jalisco
18 Área Natural Estado: Barranca de Metztitlán Jalisco
19 Área Natural Estado: Chamela-Cuixmala Jalisco
20 Área Natural Estado: Sierra de Manantlán Jalisco
21 Área Natural Estado: Mariposa Monarca Michoacán
22 Área Natural Estado: Sierra de Huautla Morelos
23 Área Natural Estado: Islas Marías Nayarit
24 Área Natural Estado: Tehuacán Cuicatlán Puebla
25 Área Natural Estado: Sierra Gorda Querétaro
26 Área Natural Estado: Arrecifes de Sian Ka'an Quintana Roo
27 Área Natural Estado: Banco Chinchorro Quintana Roo
28 Área Natural Estado: Sian Ka'an Quintana Roo
29 Área Natural Estado: Sierra de Abra Tanchipa San Luis Potosí
30 Área Natural Estado: El Pinacate Sonora
31 Área Natural Estado: Isla San Pedro Mártir Sonora

## La fábrica sin chimeneas

- La industria turística representa el 9% del PIB y la tercera fuente de divisas.
- Genera 7.5 millones de empleos: 5 millones directos y 2.5 millones indirectos.
- México se ubica en el décimo lugar de captación de turistas internacionales en el último ranking de la Organización Mundial de Turismo.
- Tan sólo el año pasado, Año Mundial del Turismo, 190 millones de turistas disfrutaron de los atractivos del país, 22 millones de ellos procedentes del extranjero.

**Los criterios a considerar para que una comunidad tenga la designación de "Pueblo Mágico" son:**

- Pueblos muy antiguos por historia y cultura.
- Son protagonistas de hechos trascendentales y leyendas.
- Conservan atributos simbólicos y una bella arquitectura.
- Una cotidianeidad intacta.
- Sus habitantes mantienen sus costumbres y tradiciones.

| | | |
|---|---|---|
| 32 | Área Natural Estado | Pantanos de Centla Tabasco |
| 33 | Área Natural Estado | Los Tuxtlas Veracruz |
| 34 | Área Natural Estado | Río Celestún Yucatán |
| 35 | Área Natural Estado | Río Lagartos Yucatán |
| 36 | Área Natural Estado | Sierra Gorda Guanajuato |
| 37 | Área Natural Estado | Bahía de Los Ángeles Baja California |

## Pueblos Mágicos

**Son localidades con atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad que significan una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico. Deben contar con una población de 20 mil habitantes, y deben ubicarse en una distancia no superior a 200 km a partir deun destino turístico.**

| | | |
|---|---|---|
| 1 | Pueblo | Real de Asientos |
| | Estado | Aguascalientes |
| 2 | Pueblo | Todos Santos |
| | Estado | Baja California Sur |
| 3 | Pueblo | Palizada |
| | Estado | Campeche |
| 4 | Pueblo | Creel |
| | Estado | Chihuahua |
| 5 | Pueblo | Parras de la Fuente |
| | Estado | Coahuila |
| 6 | Pueblo | Cuatrociénegas |
| | Estado | Coahuila |
| 7 | Pueblo | Comala |
| | Estado | Colima |
| 8 | Pueblo | San C. de las Casas |
| | Estado | Chiapas |
| 9 | Pueblo | Dolores Hidalgo |
| | Estado | Guanajuato |
| 10 | Pueblo | Mineral de Pozos |
| | Estado | Guanajuato |
| 11 | Pueblo | Taxco |
| | Estado | Guerrero |
| 12 | Pueblo | Real del Monte |
| | Estado | Hidalgo |
| 13 | Pueblo | Huasca de Ocampo |
| | Estado | Hidalgo |
| 14 | Pueblo | Mineral del Chico |
| | Estado | Hidalgo |
| 15 | Pueblo | Tapalpa |
| | Estado | Jalisco |
| 16 | Pueblo | Tequila |
| | Estado | Jalisco |
| 17 | Pueblo | Mazamitla |
| | Estado | Jalisco |
| 18 | Pueblo | San S. del Oeste |
| | Estado | Jalisco |
| 19 | Pueblo | Tepoztlán |
| | Estado | Morelos |
| 20 | Pueblo | Tlayacapan |
| | Estado | Morelos |
| 21 | Pueblo | El Oro |
| | Estado | Edomex |
| 22 | Pueblo | Tepotzotlán |
| | Estado | Edomex |
| 23 | Pueblo | Valle de Bravo |
| | Estado | Edomex |
| 24 | Pueblo | Malinalco |
| | Estado | Edomex |
| 25 | Pueblo | Pátzcuaro |
| | Estado | Michoacán |
| 26 | Pueblo | Tlalpujahua |
| | Estado | Michoacán |
| 27 | Pueblo | Cuitzeo |
| | Estado | Michoacán |
| 28 | Pueblo | Santa C. del Cobre |
| | Estado | Michoacán |
| 29 | Pueblo | Angangueo |
| | Estado | Michoacán |
| 30 | Pueblo | Santiago |
| | Estado | Nuevo León |
| 31 | Pueblo | Capulálpam de M. |
| | Estado | Oaxaca |
| 32 | Pueblo | Cuetzalan |
| | Estado | Puebla |
| 33 | Pueblo | Zacatlán de las M. |
| | Estado | Puebla |
| 34 | Pueblo | Pahuatlán |
| | Estado | Puebla |
| 35 | Pueblo | Real de Asientos |
| | Estado | Puebla |
| 36 | Pueblo | Bernal |
| | Estado | Querétaro |
| 37 | Pueblo | Jalpan de Serra |
| | Estado | Querétaro |
| 38 | Pueblo | Cadereyta de Montes |
| | Estado | Querétaro |
| 39 | Pueblo | Bacalar |
| | Estado | Quintana Roo |
| 40 | Pueblo | Real de Catorce |
| | Estado | San Luis Potosí |
| 41 | Pueblo | Xilitla |
| | Estado | San Luis Potosí |
| 42 | Pueblo | Cosalá |
| | Estado | Sinaloa |
| 43 | Pueblo | El Fuerte |
| | Estado | Sinaloa |
| 44 | Pueblo | Álamos |
| | Estado | Sonora |
| 45 | Pueblo | Magdalena de Kino |
| | Estado | Sonora |
| 46 | Pueblo | Tapijulapa |
| | Estado | Tabasco |
| 47 | Pueblo | Mier |
| | Estado | Tamaulipas |
| 48 | Pueblo | Tula |
| | Estado | Hidalgo |
| 49 | Pueblo | Huamantla |
| | Estado | Tlaxcala |
| 50 | Pueblo | Coatepec |
| | Estado | Veracruz |
| 51 | Pueblo | Xico |
| | Estado | Veracruz |
| 52 | Pueblo | Izamal |
| | Estado | Yucatán |
| 53 | Pueblo | Jerez de García S. |
| | Estado | Zacatecas |
| 54 | Pueblo | Teul González O. |
| | Estado | Zacatecas |
| 55 | Pueblo | Sombrerete |
| | Estado | Zacatecas |

**Fuentes:** Secretaría de Turismo, Organización Mundial de Turismo, Unesco.

**Infografía** Alejandro Rodríguez (Obi)

# Vas a contratar un servicio de autofinanciamiento

Todos hemos oído hablar de ellos. Pero, ¿qué son los autofinanciamientos? No son un préstamo, tampoco un crédito. Y, aunque te lo ofrezcan hasta en la tiendita de la esquina, debes conocer a fondo todo lo que implica este servicio antes de contratarlo.

Contrario a lo que mucha gente piensa, el autofinaciamiento no es un préstamo, tampoco dinero en efectivo, mucho menos un crédito. Se trata de un sistema de comercialización que funciona de forma similar a las tradicionales "tandas" que organizamos en el trabajo o entre conocidos.

Cuando un miembro del grupo ha cumplido con lo establecido en su contrato, le podrá ser entregado el monto adjudicado para la adquisición del bien o servicio pactado. Pueden ser bienes muebles nuevos, regularmente automóviles, o inmuebles, como casas habitación o locales comerciales, así como servicios de remodelación, ampliación o construcción.

La adjudicación de estos bienes o servicios se realiza de varias maneras. Por ejemplo, a través de sorteos, subastas, por antigüedad, entre otras tantas.

¿Alguna vez has pensado en contratar este servicio? De ser así, debes poner atención a los detalles para no ser víctima de algún fraude o de cláusulas abusivas (las famosas "letras chiquitas").

Por ello, la Ley Federal de Protección al Consumidor, en los Artículos 63, 63 Bis, 63 Ter, 63 Quáter y 63 Quintus, y el Reglamento de Sistemas de Comercialización Consistentes en la Integración de Grupos de Consumidores, regulan a los proveedores de servicios de autofinanciamiento. En esta normatividad se establece que deben contar con:

- Autorización de la Secretaría de Economía (SE), que asegura que se trata de un negocio que opera en la formalidad.
- Registro de su contrato de adhesión ante **Profeco**, el cual garantiza que el contrato que firmaremos no contiene cláusulas abusivas o inequitativas para los consumidores.

Cuando el proveedor no cumple con estos requisitos, la empresa funciona fuera de la ley. Actualmente, sólo 21 empresas cuentan con autorización de SE y contrato de adhesión vigente en **Profeco**. En **burocomercial.profeco.gob.mx** puedes consultar si la empresa la que deseas contratar es una de ellas.

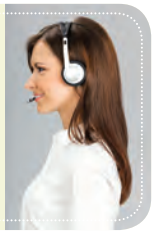
**Verifica que el contrato a firmar tenga una fecha de registro ante** Profeco, **posterior al 10 de marzo de 2006. De no ser así, el proveedor está operando fuera de la ley**

Antes de contratar alguno de estos servicios:

- Lee con detenimiento las cláusulas del contrato, así como las obligaciones que adquieres al firmarlo. No dejes que te presionen para hacerlo.
- Verifica que el contrato a firmar tenga fecha de registro posterior al 10 de marzo de 2006, ante **Profeco**, día en que entró en vigor el Reglamento de Sistemas de Comercialización. La empresa que no cumpla con este requisito, está operando fuera de la ley.
- Infórmate sobre las distintas formas de adjudicación (si es por sorteo, subasta, etcétera), conoce sus condiciones y confirma que queden especificadas en el contrato.
- Pregunta por los requisitos o garantías que se deben presentar como condición para que el bien o servicio te sea entregado, así como las penalizaciones en caso de retraso en los pagos o cancelación anticipada del contrato.
- Comprueba que todo lo que el representante de la empresa te ofrezca verbalmente conste por escrito en el contrato. Por ejemplo, si la publicidad asegura que el servicio se brindará "sin requisitos", "sin garantías" o "sin aval", debe reafirmarse en el contrato, si no, se trata de publicidad engañosa.
- Evita atender anuncios en medios impresos que ofrezcan este servicio, y que no cuenten con datos de contacto claros, es especial nombre de la empresa que los ofrece y domicilio.

## Teléfono del Consumidor

Durante 2011, 2 mil 734 usuarios de servicios de autofinanciamiento presentaron una queja ante **Profeco**. Los principales motivos fueron la negativa a rescindir los contratos, dar servicio en los términos pactados y, en caso de cancelación, la devolución de las aportaciones pagadas. Para mayor asesoría sobre dónde y cómo presentar tu queja, llama al **Teléfono del Consumidor** o visita **telefonodelconsumidor.gob.mx**



Conoce los contratos de adhesión de las 21 empresas de autofinanciamiento registradas ante **Profeco** en **burocomercial.profeco.gob.mx**

# ¿Divulgación, experimentación o tecnología? Los museos interactivos

Han dejado de ser sólo un espacio de exhibición; ahora se les considera una plataforma de comunicación, en donde los mensajes fluyen en varias direcciones.

Los museos interactivos nacieron a finales del siglo XIX con el fin de divulgar la ciencia y el conocimiento científico, al implementar técnicas novedosas para involucrar a los visitantes en la experimentación. Hoy, estos espacios usan la interactividad para promover la creatividad y el desarrollo de habilidades, sin estar necesariamente relacionados con el tema de la ciencia.

Ya hay muchos espacios de este tipo en México. Localiza el que te quede más cerca y experimenta esta actividad cultural:

- Museo de Ciencia y Tecnología Descubre (Aguascalientes)
- Museo Sol del Niño (Mexicali)
- Museo El Trompo (Tijuana)
- Casa de la Tecnología – DGETI SECUD (Campeche)
- Museo Chiapas de Ciencia y Tecnología (Tuxtla Gutiérrez)
- Museo Centro Semilla (Chihuahua)
- Museo del Desierto (Saltillo)
- Centro de Difusión de la Ciencia y la Tecnología del IPN (DF)
- Museo de Geología – Instituto de Geología de la UNAM (DF)
- Papalote Museo del Niño (DF)
- Museo de la Luz – UNAM (DF)
- Museo de las Ciencias Universum – UNAM (DF)
- Museo Tecnológico de la CFE (DF)
- Museo Interactivo de Economía (DF)
- Centro de Ciencias Explora (León)
- La Avispa Museo Interactivo (Chilpancingo)
- Museo Interactivo El Rehilete (Pachuca)
- Trompo Mágico Museo Interactivo (Zapopan)
- Casa de las Ciencias – Universidad Autónoma de Morelos (Cuernavaca)
- Centro Cultural ALFA, Planetario Alfa (Monterrey)
- Horno 3, Museo del Acero (Monterrey)
- Laberinto de las Ciencias y las Artes (San Luis Potosí)
- Centro de Ciencias de Sinaloa (Culiacán)
- La Burbuja Museo del Niño (Hermosillo)
- Museo Interactivo Papagayo (Villahermosa)
- Museo Interactivo de Xalapa (Xalapa)
- Centro de Ciencias Interactivo Zig-Zag (Zacatecas)

No todos estos lugares están dedicados a la ciencia, pues algunos proponen otras ofertas de consumo cultural. La interactividad dentro de los museos hoy es casi indispensable y ofrece posibilidades como visitas guiadas a través de iPod o iPad, o herramientas destinadas a mediadores y visitantes. Existen ya diversas aplicaciones electrónicas para diferentes dispositivos, como Bluetooth, que permiten bajar las cédulas y otra información en tu teléfono y enviarla por internet; hasta puedes llevar una serenata virtual o crear una botella de tequila con un toque personal, como sucede en el Museo del Tequila y el Mezcal en la Ciudad de México.

Estos servicios te permiten ampliar la experiencia; se trata de estrategias utilizadas para transmitir el mensaje de la exposición y propiciar otras actividades.

¿De qué depende? Del presupuesto y del proyecto educativo. Hay que tener en cuenta que la interactividad es costosa; por ello, la entrada a estos museos suele ser más elevada.

## Museo virtual

**Además de la interactividad, la tecnología hoy hace posible acceder a los mejores museos del mundo desde tu computadora.** Google Art Project, retomando la tecnología utilizada en Google Maps Street View, te permite explorar el museo e, incluso, acercarte a las obras de arte a ver sus detalles más ínfimos –lo prohibidísimo en un museo–. Los museos mexicanos que participan son Museo Nacional de Arte, Museo Nacional de Antropología, Museo Casa Frida Kahlo y Museo Dolores Olmedo.

**Fuentes:**
· Asociación Mexicana de Museos y Centros de Ciencia y Tecnología. En ammccyt.org.mx/
· Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Sistema de Información Cultural. En sic.gob.mx
· Museos Interactivos. s.f. "De los museos interactivos". En museum.8m.net/historia.htm
· Ten, Antonio E. s.f. "Los museos de nuestro tiempo. El Museo de la Ciencia de Valencia". En www.uv.es/ten/cac.html
· Youtube. "Google Art Project México. En youtube.com/watch?v=Gy_I72n7A7k&feature=youtu.be

## AMARANTO: DESDE MÉXICO, CON CARIÑO

Aunque no se trata de una especie endémica, esta planta hunde sus raíces en lo más profundo de nuestra historia. Cultivada desde la época prehispánica para uso exclusivamente religioso, ha logrado pervivir en nuestra dieta a pesar de los vaivenes de la historia. Aunque el cultivo de amaranto fue "olvidado" durante la época colonial por estar ligado al culto mexica, actualmente goza de un "segundo aire" gracias a sus propiedades nutrimentales. Y, quizá, más que un simple aire, se trata de un ventarrón. Durante la pasada edición de Alimentaria –una de las exposiciones con mayor prestigio en Europa, celebrada en Barcelona, España–, el amaranto estuvo presente como uno de los productos mexicanos que buscan abrirse paso en el selecto mercado europeo, representando una oportunidad de negocios importante para nuestro país.

**Fuente:** elEconomista.es

## PREFIEREN NAVEGAR QUE CONDUCIR

Tras coronarse como un símbolo codiciado de estatus económico y progreso social durante el siglo XX, el automóvil corre el riesgo de perder su corona. De acuerdo con estudios realizados por organizaciones civiles, como el US Public Interest Research Group, las nuevas generaciones comienzan a perder interés en manejar –ya ni digamos en poseer– un auto. Las razones que esgrimen los norteamericanos de entre 16 y 34 años van desde convicciones ecológicas hasta razones pragmáticas, como el elevado costo de la gasolina, la incomodidad de lidiar con el tráfico en las grandes urbes o la imposibilidad de navegar en internet mientras se conduce. En los últimos años, el automóvil ha perdido terreno a manos de la bicicleta y el transporte público, medios que han mostrado un repunte incluso en los sectores más acomodados. ¿Estaremos presenciando el final del dominio de los automóviles? Eso sólo lo sabremos con el paso del tiempo.

**Fuente:** DC Streets Blog

## LA MADERA DEL SIGLO XXI

El bambú no sólo es el alimento predilecto de los pandas. Con más de mil 500 usos se perfila para ser uno de los materiales más socorridos en el siglo XXI. Además de ser utilizada para confeccionar telas, construir muebles o andamios, y hasta como alimento, esta planta tiene la cualidad de captar grandes cantidades de dióxido de carbono. De acuerdo con la Organización Mundial del Bambú, esta madera genera alrededor de 10 mil millones de dólares anualmente, y se espera se dupliquen las ganancias en cinco años. Hasta ahora, China lidera el mercado internacional; sin embargo, Nicaragua está en busca de una tajada, teniendo a su favor la cercanía con Estados Unidos y otras naciones interesadas en esta planta lista para la tala en apenas un año.

**Fuente:** BBC Mundo

TOP 10

## LOS 10 SITIOS DE INTERNET MÁS VISITADOS EN MÉXICO

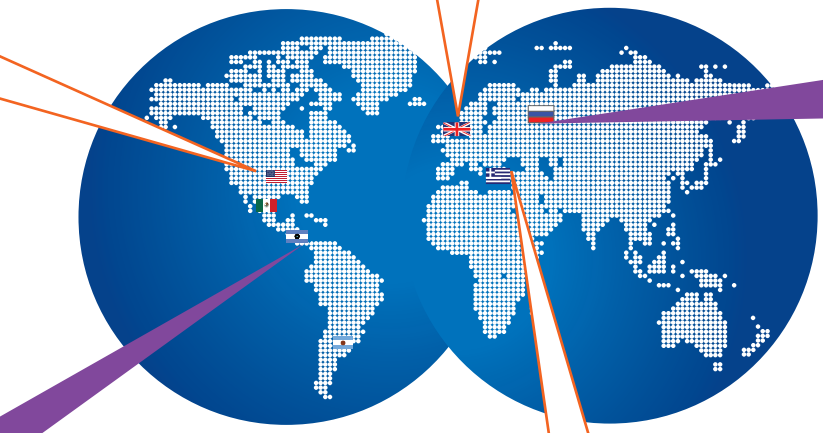
De acuerdo con la AMIPCI, en 2010 sumamos 34.9 millones de internautas en México. Conectados en promedio 3 horas con 32 minutos diariamente, vale la pena preguntarnos cuáles son los sitios que como país más visitamos:

1. Google México
2. Facebook
3. Youtube
4. Google (en inglés)
5. Windows Live

## ¿A DÓNDE SE HAN IDO LAS ABEJAS?

Dicen que "lo que no te mata, te hace más fuerte". Por desgracia, esta máxima no parece surtir efecto en las abejas. Estudios recientes realizados en Francia y Reino Unido apuntan al efecto nocivo que pesticidas de uso agrícola pueden provocar a largo plazo en estos insectos. De acuerdo con los investigadores, en los últimos años la población de abejas se ha reducido considerablemente en todo el mundo, llegándose a extinguir varias especies. Aunque no fulminan a las abejas, los pesticidas terminan por afectar su sistema nervioso, dificultando que encuentren el camino de regreso a su colmena. Los investigadores plantean que sus hallazgos ponen en entredicho los procedimientos de autorización de estos productos. Por lo general, se le pide a los fabricantes que indiquen dosis que no maten a estos insectos, pero se ignoran los efectos que puedan tener en su comportamiento.

**Fuente:** *El País*



## PROVEEDORES PAGARÁN LOS "PLATOS ROTOS"

Internet se ha convertido en un nuevo campo de batalla. Mientras que los gobiernos de todo el orbe cierran filas contra la piratería, internautas de todo el globo buscan defender el derecho al libre intercambio de información. ¿Quién tendrá la razón? Mientras son peras o manzanas, el departamento de delitos cibernéticos del Ministerio Interior de Rusia ha decidido que serán las compañías proveedoras de internet quienes pagarán "los platos rotos". Tras una infructuosa cacería de "piratas cibernéticos", el gobierno ruso ha convenido que los proveedores locales serán responsables de todas las infracciones a los derechos de autor que cometan los clientes. Las autoridades prometieron ser aún más estrictas con esta clase de delitos y, si la iniciativa continúa avanzando, podría entrar en marcha por ahí de septiembre de este año.

**Fuente:** EuropaPress

## ALQUILER DE POLICÍAS

La situación económica en Grecia está forzando tanto a ciudadanos, como a autoridades, a tomar medidas desesperadas. En lo que ha sido calificada como una medida francamente polémica, el Ministerio de Protección Ciudadana griego ha decidido "alquilar" a sus agentes de policía y patrullas. Por tan sólo 30 euros por hora, cualquier compañía puede acceder a los servicios de un policía, mientras que por 10 euros puede gozar de la protección de un auto-patrulla. El mercado para este curioso servicio de alquiler son los transportistas de materiales explosivos o peligrosos, custodia de objetos privados de gran valor o para el entrenamiento de fuerzas de seguridad privada. Incluso, se contratan para participar en películas y series de televisión.

**Fuente:** *La Nación*

6 Yahoo

7 Twitter

8 Blogspot

9 Wikipedia

10 MSN

# Oaxaca

## Caleidoscopio de paisajes y culturas

Es uno de los estados favoritos para el turismo nacional e internacional por la inigualable belleza de su capital de estilo colonial, sus hermosas playas, zonas arqueológicas, el turismo de aventura y su gastronomía. Quien ha tenido la oportunidad de visitarlo, siempre encontrará un pretexto para volver.

Para explicar la belleza del estado de Oaxaca, hay que mencionar su diversidad. Lugar de origen de 16 etnias indígenas; paisajes que van desde las altas sierras hasta sus paradisíacas playas; intrincadas cavernas y valles luminosos; imponentes zonas arqueológicas y una de las ciudades coloniales más bellas que nos haya heredado la Nueva España.

### Diversidad cultural

Más de la mitad de su población pertenece a una de las 16 etnias milenarias que alberga en su territorio: zapoteca, mixteca, amuzgo, chatina, chinanteca, chocha, chontal, cuicateca, huave, ixcateca, mazateca, mixe, náhuatl, triqui, zoque y popoloca; esta última en peligro de desaparecer.

### Oaxaca, capital

Declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad desde 1987, es una de las ciudades coloniales más imponentes de nuestro país. Su arquitectura, la cual se conserva intacta, es razón suficiente para visitarla y conocer nuestra historia. Le llaman "La Ciudad de los Templos Verdes", debido a la cantera de sus construcciones, entre las que destacan la catedral y el legendario convento de Santo Domingo.

**Encuentra tu delegación Profeco en Oaxaca**
en Heroico Colegio Militar #1109, planta alta, col. Reforma. Teléfonos: 515 1478, 513 4555 y 513 4649.

## Ecoturismo

Las cumbres de más de 3 mil metros de altura; las cavernas que se encuentran entre las más profundas del mundo, y las selvas escondidas, convierten a Oaxaca en un lugar ideal para el turismo de aventura.

En sitios tales como Hierve el Agua, Santa María del Tule, Teotitlán del Valle y la Sierra de Ixtlán, puedes hacer caminata, ciclismo de montaña, escalada, tirolesa, cabalgata, observación de flora y fauna, y más, en estrecho contacto con la naturaleza.

## Testigo de la historia

Mitla y Montealbán, vestigios de las culturas zapoteca y mixteca, son las zonas arqueológicas más visitadas por turistas, además de Yagul, Lambityeco y Dainzú.

Sin embargo, hay muchos más. INAH reporta que en Oaxaca existen cerca de 4 mil sitios arqueológicos y, como si esto fuera poco, en los últimos años se han encontrado alrededor de cien, en específico en los municipios de San Bartolo, San Carlos Yautepec y San Juan Lajarcia.

Muchos de estos sitios aún no están abiertos al público; no obstante, es preciso estar al pendiente de los avances, porque tal vez en tu próximo viaje a Oaxaca podrías cambiar la ruta hacia ellos, para descubrir la historia que se reescribe a partir de estos hallazgos.

## Playas de ensueño

El litoral oaxaqueño es sumamente atractivo, tanto por su belleza, como por la tranquilidad de sus aguas. Zicatela, Escobilla, Mazunte, San Agustinillo, Zipolite, Puerto Ángel y Puerto Escondido son bahías que ensalzan la riqueza del estado. Huatulco es un importante centro turístico, reconocido con la certificación internacional Green Globe para turismo sustentable.

## Gastronomía

Sus colores, sabores y aromas inolvidables, hacen de la comida oaxaqueña un verdadero arte culinario. De sobra conocemos los quesos, los moles y los tamales; sin olvidar el chocolate, el café y el mezcal.

Ni qué decir de sus tradicionales chapulines, los "piedrazos", los raspados, los néctares helados. Y quién no sucumbe ante el tasajo, el caldo de gato, el entomatado, las quesadillas de elote y las garnachas.

Además de sus aguas frescas con sabor a cerveza de piña, a horchata de melón o a guanábana con almendra, también hay de tuna, chilacayota, chicozapote, sandía, ciruela, guanábana, o zapote.

La nieve de leche quemada y de sabores, los nenguanitos, las tortillas de coco, el mamón con sorbete, el marquesote, el pan de yema y los garbanzos en dulce de panela, son parte de una variada y exquisita gastronomía que agradará a todos tus sentidos.

Así que no pierdas la oportunidad de darte un verdadero banquete, y disfruta de la tradicional gastronomía de todas las regiones oaxaqueñas.

El **barro negro**, tan representativo de Oaxaca, se obtiene al tapar todos los orificios del horno donde se cuecen las piezas con lodo fresco, produciendo una atmósfera de humo denso que impregna las piezas, dándoles ese tono. El brillo del barro se logra al pulir la cerámica con piedra de cuarzo.

## El mezcal, de Oaxaca para el mundo

La palabra "mezcal" se deriva de las palabras náhuatl *melt* e *ixcalli*, que significan "agave cocido al horno". El consumo de mezcal va en aumento, así como su exportación. En la actualidad, alrededor de 60% de la producción de este licor se exporta a países de Europa, Asia y América. En un reciente seminario celebrado en la UNAM, Cornelio Pérez "Tío Corne", maestro mezcalillero defensor de los mezcales tradicionales, destacó la importancia de proteger la producción mezcalera tradicional como patrimonio cultural de México, respetando los procesos de cultivo y producción, así como a los productores.

**Fuentes:**
· Sistema de Información Turística Estatal. Sectur-Oaxaca.
· Enciclopedia Virtual. En www.eumed.net
· Azteca Noticias. En www.tv.aztecanoticias.com.mx/notas/cultura/62627/suma-oaxaca-100-hallazgos-arqueologicos-en-4-anos
· "Propiedad intelectual y agave". (31 de marzo de 2012). En leon.milenio.com/cdb/doc/impreso/9139021

# Verificación de gasolineras

Y en Oaxaca... ¿Quién es Quién en las gasolineras? Éstas son las estaciones de servicio que, hasta el 30 de marzo de 2012, no presentaron ninguna irregularidad durante la última visita de verificación que se les realizó. Ubícalas, quizá está la que más frecuentas.

| Municipio | Estación de servicio | Ubicación |
|---|---|---|
| ACATLÁN DE PÉREZ FIGUEROA | 428 | CARRETERA AMATE-LA CAPILLA |
| ACATLÁN DE PÉREZ FIGUEROA | 1038 | DESVIACIÓN CARRETERA TIERRA BLANCA-COSOLAPA |
| ACATLÁN DE PÉREZ FIGUEROA | 5125 | KM 18.5 CARRETERA AMATE-COSOLAPA CALLE 22 Y LA CRUZ |
| ASUNCIÓN IXTALTEPEC | 9871 | KM 80.80 CARRETERA COSTERA DEL PACÍFICO MARGEN DERECHO |
| COSOLAPA | 438 | AV. VICENTE GUERRERO, ESQUINA JIQUILPAN |
| COSOLAPA | 6282 | AV. DOS #1570 LOTE 1 MANZANA 8 |
| EJUTLA DE CRESPO | 10124 | CARRETERA OAXACA-PUERTO ÁNGEL LIBRAMIENTO EJUTLA KM 60 MARGEN DERECHO |
| PUERTO ESCONDIDO | 651 | KM 2 CARRETERA PUERTO ESCONDIDO-PINOTEPA NACIONAL |
| PUERTO ESCONDIDO | 4496 | CALLE 3A NORTE, ESQUINA CALLE 4A PONIENTE |
| PUTLA VILLA DE GUERRERO | 2582 | CARRETERA PÉREZ GAZGA S/N |
| PUTLA VILLA DE GUERRERO | 5718 | KM 147.4 CARRETERA PÉREZ GAZCA |
| PUTLA VILLA DE GUERRERO | 9181 | CARRETERA PÉREZ GAZGA #2050 |
| PUTLA VILLA DE GUERRERO | 9557 | CARRETERA PÉREZ GAZGA #2025 |
| PUTLA VILLA DE GUERRERO | 10486 | LÁZARO CÁRDENAS #309 |
| SALINA CRUZ | 9914 | KM 6.5 CARRETERA TRANSÍSTMICA |
| SAN JUAN BAUTISTA TUXTEPEC | 1043 | AV. 5 DE MAYO, ESQUINA RIVA PALACIO #1953 |
| SAN JUAN BAUTISTA TUXTEPEC | 2964 | BULEVAR BENITO JUÁREZ #1 |
| SAN JUAN BAUTISTA TUXTEPEC | 4007 | CARRETERA TUXTEPEC-VALLE NACIONAL, ENTRONQUE PALOMARES |
| SAN JUAN BAUTISTA TUXTEPEC | 5373 | KM 63 CARRETERA DEL PACÍFICO S/N |
| SAN JUAN BAUTISTA TUXTEPEC | 5420 | BULEVAR PLAN DE TUXTEPEC |
| SAN JUAN BAUTISTA TUXTEPEC | 10160 | CALLE PORFIRIO DÍAZ S/N, ENTRONQUE CARRETERA FEDERAL 145 |
| SAN JUAN BAUTISTA TUXTEPEC | 10598 | MIGUEL HIDALGO #10 |
| SAN JUAN BAUTISTA VALLE NACIONAL | 5445 | AV. BENITO JUÁREZ #1214, ESQUINA CALLE DURANGO |
| SAN JUAN LACHAO | 5148 | KM 157.1 CARRETERA TRAMO OAXACA-PUERTO ESCONDIDO |
| SAN MIGUEL EJUTLA | 634 | KM 61.5 CARRETERA OAXACA-PUERTO ÁNGEL |
| SAN MIGUEL SOYALTEPEC | 10770 | AV. CASTO VIRGEN MARIANO #2 MANZANA 1 CUARTEL 6 |
| SAN PEDRO APÓSTOL | 7526 | 5 DE FEBRERO #1 |
| SAN PEDRO MIXTEPEC (DTO. 22) | 10304 | CARRETERA OAXACA-PUERTO ESCONDIDO S/N |
| SAN PEDRO MIXTEPEC JUQUILA | 6659 | PESCADORES #2 PONIENTE |
| SAN PEDRO MIXTEPEC JUQUILA | 8507 | CAMINO A PUERTO ESCONDIDO S/N |
| SAN PEDRO MIXTEPEC JUQUILA | 9249 | AV. CARLOS SALINAS DE GORTARI #1 |
| SAN PEDRO POCHUTLA | 639 | CARRETERA PUERTO ÁNGEL-LOMA CRUZ |
| SAN PEDRO POCHUTLA | 648 | KM 1 CARRETERA PUERTO ÁNGEL-OAXACA |
| SAN PEDRO POCHUTLA | 3819 | KM 36 CARRETERA POCHUTLA-SALINA CRUZ |

## "En la nariz o en la punta de los huajes"

En el siglo XV, durante la Conquista, este territorio se conocía como Huaxyacac, que en náhuatl significa "en la punta de los huajes", haciendo referencia al árbol común que se encuentra en el valle de esta tierra. Con la llegada de los españoles, el nombre se modificó por la adaptación del lenguaje y se le llamó Oaxaca.

| Municipio | Estación de servicio | Ubicación |
|---|---|---|
| SAN PEDRO TUTUTEPEC | 2758 | KM 68 CARRETERA COSTERA PINOTEPA NACIONAL-PUERTO ESCONDIDO |
| SAN PEDRO TUTUTEPEC | 7540 | KM 88.85 CARRETERA DEL PACÍFICO PINOTEPA-PUERTO ESCONDIDO |
| SAN PEDRO TUTUTEPEC | 8400 | CARRETERA DEL PACÍFICO, ESQUINA MANZANILLO S/N |
| SAN PEDRO TUTUTEPEC | 9180 | KM 61 CARRETERA COSTERA DEL PACÍFICO #1 |
| SAN SEBASTIÁN TECOMAXTLAHUACA | 10724 | LÁZARO CÁRDENAS S/N |
| SANTA CATARINA JUQUILA | 8065 | KM 0.001 CAMINO A SOLO DE VEGA MARGEN DERECHO |
| SANTA CRUZ XOXOCOTLÁN | 8332 | CARRETERA A ZAACHILA #100 |
| SANTA MARÍA HUATULCO | 3867 | SECCIÓN 1 BAHÍA DE CHAHUE |
| SANTA MARÍA HUATULCO | 8071 | TEHUANTEPEC LOTE 8 |
| SANTA MARÍA LACHIXIO | 7847 | PARAJE LOS LLANOS, CALLE LIBERTAD #58, CAMINO PRINCIPAL |
| SANTA MARÍA TONAMECA | 8331 | KM 201 2 CARRETERA DEL PACÍFICO PUERTO ESCONDIDO-POCHUTLA MARGEN IZQUIERDO |
| SANTIAGO ASTATA | 6204 | KM 326 CARRETERA COSTERA DEL PACÍFICO |
| SANTOS REYES NOPALA | 9508 | CAMINO NOPALA A SAN GABRIEL MIXTEPEC S/N |
| TEOTITLÁN DE FLORES MAGÓN | 5787 | KM 60.3 CARRETERA TEHUACÁN-TEOTITLÁN DE FLORES MAGÓN |
| TEPANATEPEC | 903 | KM 303 CARRETERA PANAMERICANA |
| TEPELMEME VILLA DE MORELOS | 5338 | KM 38.5 CARRETERA CUACNOPALAN-TEHUACÁN MARGEN SURESTE |
| TLACOLULA DE MATAMOROS | 656 | ESQUINA AV. JUÁREZ Y CARRETERA INTERNACIONAL S/N |
| VILLA DE TAMAZULAPAM DEL PROGRESO | 654 | CARRETERA CRISTÓBAL COLÓN #44 |

¿Sabías que los mexicas anduvieron por estas playas? Ellos las nombraron Cuahtolco, "lugar donde se adora el madero". Con el paso del tiempo la palabra cambió a: **Huatulco**.

¿Tu gasolinera siempre ha dado litros de a litro?

Consulta el historial de verificaciones de tu estación de servicio de costumbre en **profeco.gob.mx**


# SAR-TEL
## Centro de Atención Telefónica del SAR

## Aclara tus dudas sobre el Sistema de Ahorro para el Retiro

**Te daremos orientación y asesoría sobre:**

- El **Sistema de Ahorro para el Retiro**
- Rendimientos (ganancias) que otorgan las **AFORES**
- **Saber en qué AFORE se encuentra tu Cuenta Individual**
  **(Para este punto es necesario que tengas a la mano tu número de Afiliación al IMSS, que puedes consultar en la hoja rosa, credencial azul y blanca, o directamente en la empresa donde laboras).**
- Saber qué hacer en caso de que no llegue tu estado de cuenta
- Tipos de Retiros Parciales
- Quejas ante CONDUSEF
- Localización de la Cuenta ISSSTE (A través de un asesor por medio de la CURP)
- Transferencia a PENSIONISSSTE

**Teléfono :**
**01 800 50-00 747**

**Horario de Atención**

Asesoría personalizada de Lunes a Viernes de 8:00 a 22:00 hrs.
Sábados y Domingos de 9:00 a 18:00 hrs.
Servicio automático de localización de tu Cuenta Individual las 24 hrs. del día, los 365 días del año.

# Estás a cinco clics de desahogar tu queja

## CONCILIANET

**concilianet.profeco.gob.mx**

Concilianet es la herramienta de **Profeco** para resolver, vía internet, los conflictos que tengas con los proveedores participantes con cero filas, cero espera y cero papel.

**Clic 1** Entra a concilianet.profeco.gob.mx y activa una cuenta registrando tu correo electrónico y una contraseña.

**Clic 2** Escribe tus datos personales y la información que se te pide para presentar tu queja.

**Clic 3** Adjunta los documentos que acreditan tu identidad y tus comprobantes de compra.

**Clic 4** Recibe, en un máximo de 5 días hábiles, el correo en el que te informaremos el día y la hora de tu audiencia virtual.

**Clic 5** Dialoga con el proveedor, con la intervención de Profeco, en la audiencia virtual conciliatoria para llegar a un acuerdo justo para todos.

Foto Arturo Buitrón

### Estos son los 52 proveedores que ya concilian en línea:

Aeroméxico • Acros • American Airlines • Andrea • Aviateca • Bodega Aurrera • Bodega Aurrera Express • Bradescard • Comisión Federal de Electricidad • Club Inntegra • Copa Airlines • Deremate.com • Dorians • Fábricas de Francia • Gas Natural de México • Grupo Geo • Grupo Metropolitano • HP • Hypercable • KitchenAid • LAN • Lacsa • Liverpool • LG México • Mabe • Mas Tv • MAXCOM • MaxiGas Natural • Maytag • Mercado Libre • Mi Bodega • Mixup • Nextel • Office Depot • Presidente Club de Viajes • Redpack • Sadasi • Saks • Sanborn's • Sears • Superama • Sams Club • Taca • TacaPerú • Telcel • Telecable • Total Play • VivaAerobus • Viveica • Volaris • Walmart • Whirlpool

## ¿Cómo pagar tu tarjeta de crédito?

# Evita que las deudas te ahorquen

¿Eres de los que únicamente da el pago mínimo? Depositar más puede ayudar a que tu deuda no se vuelva "eterna", o a que no pagues más de lo que debías en un principio.

Cada mes, Pilar pagaba el monto mínimo sugerido por el banco en su estado de cuenta. Después de medio año, a pesar de haber liquidado el pago mínimo mes con mes, tuvo la sensación de que la deuda no disminuía. Al contrario, le parecía "eterna".

Molesta por la situación, decidió buscar la asesoría de su amiga Mónica, experta en tarjetas de crédito. Ella le pidió que se reunieran en un café internet cercano y que llevara su estado de cuenta, pues ahí residía la clave del asunto.

Antes de comenzar, Mónica la puso en contexto. Según la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), 30% de los usuarios de tarjeta de crédito la utiliza en condiciones óptimas. Es decir, pagando 0% de intereses, le dijo. Sin embargo, el 70% restante hace uso de ella en condiciones "altamente costosas". Esto es, pagando de más por no saber utilizar este recurso.

Para explicarle cuál era la forma más efectiva de manejar su tarjeta, Mónica comenzó desde cero, exponiéndole primero toda la información que el banco proporciona en el estado de cuenta.

## Conceptos claves

En el estado de cuenta aparecen diversos conceptos que es importante entender para manejar adecuadamente una tarjeta de crédito:

**CAPITAL.** Se trata del monto total de una deuda. Corresponde a la suma de las compras o retiros de efectivo hechos durante un periodo determinado (las fechas de inicio y término las fija la institución emisora de la tarjeta). También se contabilizan las operaciones que realizaste más las comisiones correspondientes.

Este capital o deuda tiene un límite que el banco fijó en el momento en el que te otorgó una tarjeta (la dichosa línea de crédito), y cuyo monto varía de acuerdo con el análisis de tu historial financiero, trabajo y salario o sueldo que percibas. Conforme gastas con tu tarjeta, utilizas el dinero disponible de tu línea de crédito y, por lo tanto, el monto se va reduciendo.

Cada vez que haces un abono al capital o reducción de la deuda –y siempre y cuando no hagas un nuevo gasto–, recuperarás tu línea de crédito original. Es decir, volverás a tener crédito disponible para ocuparlo de nuevo.

**TASA DE INTERÉS.** Es el porcentaje que cobra el banco por el financiamiento. Es decir, por prestarte dinero. Si pasada la fecha de corte liquidas el monto total del adeudo (capital total), estarás usando tu tarjeta de forma ideal, ya que así no pagarás ningún interés. Por el contrario, si en esa fecha no liquidas el total, tendrás que pagar intereses.

La tasa de interés varía de una tarjeta de crédito a otra, y también de un banco a otro. Además, se modifica de un usuario a otro, pues el banco establece el porcentaje que pagarás de interés según el uso que hagas de la tarjeta, la puntualidad en tus pagos, etcétera.

Otra situación que debes tratar de evitar, es pagar al banco después de la fecha límite establecida en tu estado de cuenta. De hacerlo, te cobrarán intereses moratorios. Es decir, un recargo adicional por el atraso en el pago de la cuota del préstamo, además de los intereses que se cobran normalmente.

**PAGO MÍNIMO.** En pocas palabras, se trata de la cantidad de dinero mínima que debes pagar al banco para mantener vigente tu crédito y evitar que genere un registro negativo en tu historial crediticio (Buró de Crédito), el cual puede complicar la aprobación de un nuevo crédito (automotriz, de vivienda, comercial o bancario) en el futuro.

Cada vez que realizas un pago mensual, éste se utiliza para cubrir los intereses, el pago de IVA (calculado sobre los intereses) y las comisiones (el monto tanto de los intereses como de las comisiones varía dependiendo de la institución que emite la tarjeta de crédito) y, finalmente, el abono al capital. Es decir, el pago de la deuda que tienes con el banco. Por eso, es importante que pagues más del mínimo para reducir tu deuda (abonar al capital) de forma considerable y que no sientas que es interminable.

**MESES SIN INTERESES.** Éste es otro esquema de pago. Con él puedes adquirir bienes y servicios en establecimientos que ofrecen la modalidad. Al elegirlo, el banco no te cobra intereses por el financiamiento. Por supuesto, siempre y cuando cubras el pago mensual correspondiente a los productos que se compraron de esa forma.

Es como si liquidaras lo que compraste de contado, pero, en vez de hacer un desembolso "de golpe", puedes pagarlo a plazos, que según el establecimiento y la promoción, pueden ir de tres a varios meses.

Debes tener mucho cuidado con esta modalidad, pues existe el riesgo de saturar tu tarjeta de crédito con pagos "pequeñitos" –que lo son tan sólo en apariencia. Estos "paguitos", aunados a otros, pueden hacer que tu deuda se incremente de forma considerable.

**COMISIONES.** El emisor de la tarjeta de crédito establece el monto de este pago según el tipo de tarjeta que uses (incluso, hay algunas que no las cobran). Esta comisión se paga junto con el resto de los rubros.

En el estado de cuenta que recibes cada mes, la institución emisora desglosa la cantidad del pago mínimo que debes realizar, así como el pago por concepto de meses sin intereses, comisiones, intereses, e IVA. De igual manera, te indica la fecha límite de pago, la cual debes considerar para no tener penalizaciones por pago tardío.

## Un ejemplo práctico

Supongamos que tienes una deuda de 10,000 pesos en una tarjeta de crédito tipo clásica, con fecha de corte del 15 de abril de 2012. Comparemos lo que pasa cuando cumples sólo con el pago mínimo y cuando pagas más. En la tabla puedes ver, en primer lugar, el monto correspondiente al capital (lo que debes), suponiendo que durante el periodo no hagas un nuevo gasto con tu tarjeta de crédito. Después, notarás el porcentaje de pago mínimo que el banco establece para cada una de las tarjetas de crédito consideradas y que deberás cubrir mensualmente para evitar generar intereses moratorios o tener un registro negativo en el Buró de Crédito. En tercer lugar, observarás la tasa de interés anual promedio y el monto de intereses que deberás pagar por el préstamo, así como las comisiones e IVA que se habrán cubierto al final del periodo considerado para cubrir la deuda. Finalmente, podrás ver el tiempo que tardarías en pagarla en cada uno de los casos considerados.

Además, para que puedas comparar los resultados en los que se consideran diferentes montos

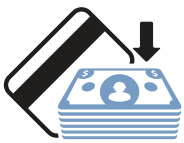
### PAGO MÍNIMO Y PAGO DE MÁS DEL MÍNIMO

| | TARJETA 1 | TARJETA 2 | TARJETA 3 | TARJETA 4 |
|---|---|---|---|---|
| Capital (lo que debes) | $10,000 | | | |
| Porcentaje de pago mínimo (varía dependiendo de cada institución) | 8.00% | 10.00% | 10.00% | 10.00% |
| Tasa de interés anual promedio* | 35.15% | 53.10% | 35.89% | 35.52% |
| **SI PAGAS SÓLO EL MÍNIMO** | | | | |
| Monto del pago mínimo | $800.00 | $1,000.00 | $1,000.00 | $1,000.00 |
| Comisiones totales que se habrán pagado durante el periodo del financiamiento | $3,480.00 | $2,320.00 | $1,995.20 | $0.00 |
| Intereses totales que se habrán pagado durante el periodo del financiamiento | $4,589.78 | $3,459.15 | $3,428.39 | $2,626.64 |
| IVA total que se habrá pagado durante el periodo del financiamiento | $734.36 | $553.46 | $548.54 | $420.26 |
| **Tiempo que te tardarás en liquidar la deuda**** | **5 años 8 meses** | **4 años** | **3 años 11 meses** | **2 años** |
| **Lo que acabarás pagando al final** | **$18,804.14** | **$16,332.61** | **$15,972.13** | **$13,046.90** |

| | TARJETA 1 | TARJETA 2 | TARJETA 3 | TARJETA 4 |
|---|---|---|---|---|
| **SI PAGAS MÁS DEL MÍNIMO** | | | | |
| Monto del pago | $1,600.00 | $2,000.00 | $2,000.00 | $2,000.00 |
| Comisiones totales que se habrán pagado durante el periodo del financiamiento | $580.00 | $580.00 | $498.80 | $0.00 |
| Intereses totales que se habrán pagado durante el periodo del financiamiento | $1,251.57 | $985.23 | $997.85 | $926.11 |
| IVA total que se habrá pagado durante el periodo del financiamiento | $200.25 | $157.64 | $159.66 | $148.18 |
| **Tiempo que te tardarás en liquidar la deuda**** | **9 meses** | **7 meses** | **7 meses** | **7 meses** |
| **Lo que acabarás pagando al final** | **$12,031.82** | **$11,722.87** | **$11,656.31** | **$11,074.29** |
| **Diferencia porcentual entre lo que pagarás al final si cubriste sólo el mínimo, en comparación con pagar más del mínimo** | **36.02%** | **28.22%** | **27.02%** | **15.12%** |

*Datos a octubre de 2011.
**El total se obtiene de la suma del saldo, comisiones, intereses e IVA.

**Fuente:** Resultados obtenidos del Simulador de Pagos Mínimos de Condusef.



de pago, hallarás la diferencia porcentual entre lo que pagarás al final si cubriste sólo el mínimo, en comparación con si pagas más de éste. **ESCENARIO A) Si sólo pagas el mínimo...** debes considerar que, como sólo estás haciendo el pago mínimo, el abono al capital será pequeño, debido a que buena parte de tu pago cubrirá el IVA, comisiones e intereses, y el restante se destinará a la reducción de la deuda. Puede sonar cómodo, aunque resultará muy costoso, ya que mantendrás la deuda por un periodo largo; durante todo ese tiempo pagarás intereses, y el monto que cubrirás al final será mayor. En nuestro ejemplo, puede ser de más de cinco años y 88.04% de más con respecto a los 10,000 pesos de deuda original, es decir, 8,804.14 pesos. **ESCENARIO B) Si abonas más del mínimo...** el tiempo en el que terminas de pagar se reduce considerablemente. De las cuatro tarjetas de crédito de nuestro ejemplo, la reducción en la cantidad que terminas pagando oscila entre 15.12% y 36.02%, en comparación con cumplir sólo con el pago mínimo. Un buen ahorro, ¿no? Por eso es importante que conozcas el uso correcto de la tarjeta de crédito y aproveches sus beneficios. Y, por lo mismo, es aconsejable que siempre pagues más del mínimo para que tu deuda no se vuelva "eterna" y no pagues mucho más de lo que originalmente debes.

## Recomendaciones

- No uses tu tarjeta de crédito de forma indiscriminada. Recuerda que cada vez que la usas no estás recurriendo a dinero con el que cuentas, sino que estás endeudándote. Mantén siempre los ojos abiertos para evitar llegar a un punto en el que tus ingresos sean insuficientes para hacer frente a la deuda.
- Ten cuidado con las promociones de meses sin intereses porque, sin darte cuenta, tu deuda puede crecer considerablemente y complicar tu situación financiera.
- En la medida de lo posible, procura pagar la totalidad del adeudo para evitar financiarlo a un precio más caro.
- Si no puedes pagar el total de la deuda, haz un esfuerzo para pagar lo más posible cada mes y no sólo el mínimo, ya que así liquidarás el adeudo en menos tiempo y pagarás menos intereses.
- Lee y analiza minuciosamente tu estado de cuenta, con el fin de que conozcas qué porcentaje de tasa de interés anual ordinaria te están aplicando.
- En el caso de tener problemas con la deuda que adquiriste, pregunta a la institución emisora de tu tarjeta si puedes renegociarla, para evitar que crezca mucho más por el pago de intereses.

# Abuelita, ¡qué *password* tan largo tienes!

## Evita la suplantación de identidad en internet

**La suplantación o robo de identidad se ha convertido en uno de los fraudes más comunes en internet. Basta bajar la guardia unos momentos para caer presa de estafadores cibernéticos. Aquí te ofrecemos diez consejos para prevenirlo.**

Suplantar la identidad o la apariencia de las personas ha sido un tema recurrente en la mitología, los cuentos de hadas y la ciencia ficción. Quién puede olvidar al temible lobo feroz de la Caperucita Roja haciéndose pasar por la abuela enferma; al príncipe y el mendigo cambiando de ropas para intercambiar sus vidas; o, incluso, a los dioses griegos tomando otras apariencias para turbar a los mortales.

Tanto en la ficción como en la realidad, nada bueno parece salir de las suplantaciones. Internet no es la excepción. Basta bajar la guardia por unos momentos, pecar –como la Caperuza– de ingenuos o pasarnos de curiosos para caer en las redes de estos nuevos lobos feroces de silicio: los *scammers* o, literalmente, estafadores.

Este delito, conocido también como robo de identidad o *phishing* –jerga computacional que remite al verbo *fishing*–, consiste en "pescar" los datos personales (como números de cuenta, tarjetas, contraseñas, etcétera) de incautos, para hacer mal uso de ellos. Dependiendo del tipo de información que hallen al levantar sus redes, los *scammers* pueden realizar compras en internet utilizando tu tarjeta, vaciar las arcas de tu cuenta bancaria o simplemente vender tu información personal a otros delincuentes para realizar otro sinfín de operaciones turbias.

**Basta bajar la guardia por unos momentos, pecar –como la Caperuza– de ingenuos o pasarnos de curiosos para caer en las redes de estos nuevos lobos feroces de silicio**

La banca en línea, el uso imprudente de las redes sociales y la relativa facilidad con la que ahora puedes comprar en tiendas virtuales han sido la perdición de numerosos usuarios que, sin saberlo, "caminaron a la boca del lobo". A continuación, te presentamos algunas de las formas más comunes de estafa y algunos de los consejos que expertos de la informática han dado para evitarlos.

## Abuelita, ¡qué correos tan falsos tienes!

¿Qué habría pasado si la Caperuza no se hubiera detenido a hablar con el lobo a la entrada del bosque? ¿O si, de menos, no le hubiera dado tanta información personal? Seguramente estaríamos utilizando otra metáfora en este momento.

La forma más común de engaño es a través de correos electrónicos que buscan hacerse pasar por mensajes auténticos de compañías bancarias o prestadoras de servicios. En estos *mails* el remitente te pide "verificar tus datos" o que, de plano, se los proporciones para adquirir algún beneficio.

La vocación artística de los *scammers* reluce en esta clase de correos, copias fieles de la identidad gráfica que tiene la papelería de estas compañías. Sin embargo, por buenos que sean simulando, no pueden evitar la incongruencia que radica en que una compañía te pida información tan delicada a través de un medio tan vulnerable e impersonal como un *e-mail*.

Por lo general, estos correos incluyen una liga o vínculo que te lleva a un sitio apócrifo de la compañía, donde tú, inocentemente, llenas con tus datos personales sus formularios. Y, sin saberlo, ¡hasta se los envías!

Otras veces, los *scammers* buscan atrapar a los usuarios primerizos. Envían correos donde te avisan que acabas de recibir una herencia o que un príncipe árabe te depositará su fortuna para poder escapar de su país. ¿Lo único que necesitan? Que les envíes tu número de cuenta bancaria y tu nombre completo. Y, por increíble que parezca, muchos caen.

# Cuídate de los lobos disfrazados de dulces abuelitas

He aquí algunos consejos básicos para prevenir que un *scammer* te tome por sorpresa:

**1** Nunca ingreses tu nombre de usuario o contraseña en sitios sospechosos. Tampoco proporciones tus datos personales para encuestas, sorteos o reclamar premios que sean demasiado buenos para ser realidad. Recuerda, nada es gratis en la vida; no se vayan a querer cobrar a la fuerza con tu información.

**2** Piénsalo dos veces antes de compartir tus datos personales. No importa que sea tu pareja, amigos o familiares. Proporcionarles tus datos para realizar alguna transacción en tu nombre puede vulnerar tu seguridad. No sólo por el mal uso que pudieran llegar a darle, sino porque también ignoras las condiciones de seguridad en las que te estarán haciendo el favor.

**3** Antes de ingresar tu información bancaria, revisa que te encuentres en un sitio seguro. Revisa tu barra de navegación en busca del prefijo "https://" en lugar del tradicional "http://".

**4** No importa quién sea tu proveedor de internet o el banco que maneje tu tarjeta. Si tienes el servicio de banca en línea, revisa minuciosamente tu estado de cuenta. Al menor indicio de irregularidad, comunícate con tu banco y no abandones el asunto. Si realizas transacciones por internet, recuerda guardar siempre los comprobantes digitales.

**5** Si vas a ingresar a tu banca en línea o a algún servicio similar, procura hacerlo desde casa o alguna ubicación que consideres segura. Nunca desde un café internet o de una red pública.

**No importa quién sea tu proveedor de internet o el banco que maneje tu tarjeta. Si tienes el servicio de banca en línea, revisa minuciosamente tu estado de cuenta**


**Fuentes:**
· Fraud Watch International. En http://www.fraudwatchinternational.com/ (Revisado el 12 de abril de 2012).
· Mendoza Escamilla, Viridiana. (29 de febrero de 2012). "10 tips para evitar el robo de identidad". CNN Expansión. En http://www.cnnexpansion.com/mi-dinero/2012/02/27/10-tips-para-evitar-el-robo-de-identidad (Revisado el 12 de abril de 2012).

TEST

# ¿Eres un comprador compulsivo?

A través de la historia humana, tanto las actividades de consumo como las relacionadas con él (producción, almacenamiento, distribución y eliminación de los objetos de consumo) han dado pie a una infinidad de formas y estilos de vida.

Algo que caracteriza a la sociedad actual, no sólo en México sino en otros países del mundo, es el consumo, definido por Néstor García Canclini (2009, p. 64) como "un proceso en el que los deseos se convierten en demandas y en actos socialmente regulados".

Vivimos en una sociedad de consumidores donde la búsqueda de la felicidad está siempre presente, aspecto que utilizan las campañas publicitarias para estimular el deseo de los consumidores para adquirir los productos y servicios que anuncian.

Los principales argumentos de la sociedad de consumo se basan en la promesa de satisfacer los deseos y necesidades de las personas; sin embargo, la promesa de satisfacción sólo conserva su poder de seducción siempre y cuando esos deseos permanezcan insatisfechos. Esto ocasiona que la sociedad de consumo vaya en aumento, porque siempre habrá necesidades y deseos que satisfacer, pues aun cuando se vayan cubriendo, siempre saldrán a luz otras, lo que puede conducir a la compulsión o a la adicción.

La falta de sentido de nuestra vida, el percibirnos inútiles o innecesarios, la tristeza, la apatía, el aburrimiento, una frustración o desengaño, activan en algunas personas el deseo de comprar objetos de manera irracional. Cuando este propósito se convierte en costumbre, en necesidad irreprimible, surge el problema: Trastorno de Compras Compulsivas (TCC).

Los consumidores que padecen este trastorno se caracterizan por tener una preocupación excesiva por realizar compras, una tensión o ansiedad ante ellas, y una sensación de alivio después de llevarlas a cabo. Presentan cuatro fases:

1. **Anticipación:** desarrollan pensamientos, ansia o preocupación por la posesión de un objeto o por el acto de su compra.
2. **Preparación:** se preparan para comprar y pagar, y pueden tomar decisiones sobre el momento y el lugar de la compra, la forma de vestirse para ir a comprar o las tarjetas de crédito que utilizarán. Además, pueden haber hecho una investigación exhaustiva de los objetos que están a la venta, de la nueva moda y de las nuevas tiendas.
3. **Compra:** experiencia real de la compra, que describen como intensamente excitante, incluso con una excitación de carácter sexual.
4. **Gasto por la compra:** el acto se completa con la adquisición del artículo, lo que a menudo da lugar a una sensación de decepción o de frustración consigo mismo.

La sensación de frustración o decepción se genera porque, al final, no están satisfaciendo esa necesidad emocional o social, pero también porque, al comprar grandes cantidades de artículos, pierden el control de sus gastos, endeudándose sobremanera, lo que también afecta las relaciones con su entorno familiar, laboral y social.

Entre los productos adquiridos con mayor frecuencia por los compradores compulsivos están: ropa, zapatos, discos compactos, joyas, cosméticos y artículos para el hogar. En el caso de los hombres, tienden a interesarse también por dispositivos electrónicos, elementos para automóvil y herramientas.

Para saber si padecemos el TCC, especialistas en la salud mental, como psiquiatras y psicólogos, han creado varios tests, que pueden orientarte sobre si necesitas pedir ayuda profesional por tener una adicción y compulsión a las compras, o sólo eres una persona que, aun cuando gusta de comprar con frecuencia, es capaz de controlar el impulso de gastar.

A continuación te presentamos algunas de las preguntas que pueden encender la luz de alarma. Te invitamos a responderlas, poniendo una X en la columna que corresponda a tus hábitos y comportamientos de consumo actuales.

Encuentra herramientas para ejercer un consumo consciente en el Portal del Consumidor: **consumidor.gob.mx**

| Pregunta | Siempre | A veces | Nunca |
|---|---|---|---|
| 1. Cuando veo algo que me gusta, ¿no me lo quito de la cabeza hasta que lo adquiero? | | | |
| 2. ¿A menudo me enojo por haber gastado innecesariamente? | | | |
| 3. ¿Mis amigos y familiares consideran que gasto demasiado? | | | |
| 4. Cuando me siento triste o deprimido, ¿voy de compras? | | | |
| 5. ¿Suelo comprar cosas inútiles que después me arrepiento de haber adquirido? | | | |
| 6. ¿Tengo dificultad para controlar mis gastos? | | | |
| 7. Por lo general, cuando sale un nuevo producto, ¿lo compro enseguida? | | | |
| 8. ¿Frecuentemente me precipito comprando cosas sin haberlo pensado bien? | | | |
| 9. ¿Se me acaba el dinero sin darme cuenta? | | | |
| 10. Cuando recibo el extracto de las tarjetas, ¿me sorprende ver las compras que había olvidado? | | | |
| 11. ¿Compro artículos que después no uso? | | | |
| Total de la suma | | | |

## Mayoría de "Siempre"

Si consideras que tiendes a ser un comprador compulsivo, no debes desanimarte, sino asumir que tienes un problema, el cual puedes resolver con voluntad y esfuerzo para mejorar tu calidad de vida. A continuación te brindamos algunos tips para lograrlo:

- Identifica cómo te sientes cuando haces compras compulsivas, y busca una alternativa; por ejemplo, recupera alguna afición o incorpora nuevas, cultiva tus amistades, realiza alguna actividad, etcétera.
- Habla de tu problema con las personas que te rodean o con aquellas que lo hayan superado.
- Antes de salir de compras, haz una lista de lo que deseas adquirir, con el propósito firme de no modificarla. Cada nuevo producto deberá tener una justificación.
- Paga con dinero en efectivo; deja la tarjeta de crédito.
- Antes de comprar algo, piensa en la utilidad que va a proporcionarte y, si no la tiene, desiste de adquirirlo.
- Revisa semanalmente los gastos y subraya con rojo los gastos inútiles o sin justificación.
- Si algo te gusta, no lo compres de inmediato. Antes de decidir, valora si lo necesitas.
- Si estás convencido de que no puedes superar la adicción, tienes la opción de acudir al psicólogo.


**Fuentes:**
· Ávalos, K. M. (2011). *Tesis: Elaboración de un instrumento de evaluación para medir compra compulsiva en mujeres de 20 a 28 años*. México: UNAM.
· Baudrillard, J. (1969). *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI.
· Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.
· Black, D. W. (Abril de 2007). "Revisión del trastorno de compras compulsivas". *World Psychiatry*. Revista Oficial de la Asociación Mundial de Psiquiatría. 5:1, pp. 14-17.
· Sudjic, S. (2009). *El lenguaje de las cosas*. Madrid: Turner Publicaciones.
· Leonard, A. (2010). *La historia de las cosas*. México: Fondo de Cultura Económica.
· "Compra compulsiva. El autocontrol nos hace más libres". (s.f.). Eroski Consumer. Recuperado el 21 de febrero de 2012, de http://revista.consumer.es/web/es/20021201/interiormente/


## Mayoría de "A veces"

Muchos podemos decir que comprando nos sentimos importantes, que saciamos el vacío que causan la soledad, el tedio, las tensiones y problemas, los disgustos o la incomprensión. Intentamos canalizar nuestro enfado hacia la compra y posesión del objeto, porque de esa manera nos identificamos con nuestro grupo social, o simplemente porque deseamos parecernos a quienes nos parecen importantes y con fama, como sucede con los personajes que salen en los anuncios publicitarios. Pensamos que si esas figuras públicas son reconocidas, nosotros también lo seremos si consumimos los mismos productos, que supuestamente ellos consumen.

Por eso, nunca tantas personas hemos poseído tantas cosas como ahora, aun cuando hagamos cada vez menos uso de ellas, por la influencia de factores externos como los medios de comunicación, la publicidad y las necesidades emocionales y sociales. Utilizamos los objetos que adquirimos para que nos definan, para que emitan señales sobre quiénes somos y quiénes no somos; buscamos satisfacer nuestras necesidades haciendo compras, a la vez que demostramos y definimos nuestra autoestima mediante las cosas que poseemos.

A veces, el patrón de compras normal puede adoptar características de tipo compulsivo, especialmente en época de vacaciones, Navidad, o cumpleaños. Las personas que reciben una herencia o un precio económico, pueden experimentar episodios compulsivos de compras.

Si tú te identificas con lo que aquí describimos, y estás consciente de qué o cuándo te brota esa necesidad de comprar, te invitamos a leer los tips que incluimos para los compradores compulsivos, además de hacer un consumo crítico e informado.

## Mayoría de "Nunca"

Eso significa que no tienes problemas con tus compras ni tus gastos. Afortunadamente, no te dejas llevar o es mínimo lo que te dejas influir por las necesidades emocionales y sociales.

## Homeopatía

# La medicina del individuo

Es la ciencia de la similitud. Una alternativa de tratamiento que ve al individuo como "un todo", y cura imitando la naturaleza de la enfermedad, sin oponerse a ella, para que el enfermo sane de manera integral sin agredir al organismo.

Entre las opciones de medicina alternativa, sin duda una de las más extendidas es la homeopatía. Aunque muy criticada por muchos adeptos de la medicina tradicional, con el tiempo ha ido ganando más aceptación, debido a que quienes la han probado constatan, por sus resultados, la validez de sus principios.

Esta rama de la medicina fue desarrollada por el médico alemán Samuel Hahnemann (1755-1843). Por sus lecturas, este médico supo que la quinina, administrada en fuertes dosis a pacientes sanos, provoca un cuadro clínico muy semejante al de la malaria, lo que le llevó a iniciar la experimentación de varias sustancias –todas ellas extraídas de la naturaleza– en sus familiares y discípulos, y en sí mismo. Así descubrió que, si se administraba a pacientes enfermos esa misma sustancia en forma diluida, eliminaba los síntomas. De esta manera comprobó que "lo similar cura a lo similar", lo cual ya había sido establecido por Hipócrates (430-360 a. C.).

**La "fuerza vital" que gobierna al organismo, tanto en su estado de salud como en el de enfermedad**

Hahnemann denominó "fuerza vital" –la cual dirige las funciones vitales– a la que gobierna al organismo, tanto en su estado de salud como en el de enfermedad. Los síntomas del enfermo son la manifestación del desarreglo de esta fuerza, por lo que, para curar, hay que provocar su movimiento.

El médico alemán estableció tres principios fundamentales de la medicina homeopática:

### Principio de similitud

Cualquier sustancia farmacológicamente activa es capaz de provocar en un individuo sano, un conjunto de síntomas característicos.

Por ejemplo, cuando cortas cebolla, ¿no lagrimeas, te pica la nariz y hasta moqueas? El *allium cepa*, medicamento que se extrae de la cebolla roja, se usa para curar el resfriado común, cuyos síntomas son justamente lagrimeo, congestión y comezón nasal. ¿Por qué te curas? Porque esta sustancia que despierta los mismos síntomas de la enfermedad que te aqueja, provoca una reacción en el cuerpo, una especie de "enfermedad artificial" que desplaza a la primera, permitiéndote recuperar la salud, según la homeopatía.

### Homeópatas vs. alópatas

La medicina tradicional, también llamada alopática –*allos* = contrario, *pathos* = dolencia–, instaurada por Galeno (138-201 a. C.), se basa en la "ley de los contrarios": es decir, si se padece una inflamación, su tratamiento será un antiinflamatorio; ante la fiebre, un antipirético; ante la infección, antibióticos, etcétera.

Mientras que la homeopatía –*homoios* = semejante, *pathos* = dolencia– considera a los síntomas como mecanismos de defensa del cuerpo, por lo cual, para combatir la enfermedad, no deben ser bloqueados.

## Principio de infinitesimalidad

La homeopatía obtiene sus medicamentos de tres reinos –mineral, vegetal y animal–, en dosis muy diluidas; infinitesimales, a veces imponderables. La cantidad de la sustancia activa en el remedio es mínima o, incluso, carece de materia, pero prevalece la memoria de esta sustancia, y eso es precisamente lo que provoca la reacción curativa; esta respuesta del organismo depende del nivel de dilución:

- Pequeñas dosis provocan actividad vital.
- Medianas dosis aumentan la actividad vital.
- Fuertes dosis detienen la actividad vital.
- Dosis muy fuertes destruyen la actividad vital.

## Principio de individualidad terapéutica

Desde el punto de vista del homeópata, no sólo es importante la causa de la enfermedad, sino la respuesta específica de cada individuo contra la enfermedad. Por ello, se consideran en el paciente cuatro factores:

- Su predisposición a enfermar.
- Los antecedentes familiares, es decir, su carga genética.
- Antecedentes personales, sean emocionales o físicos.
- Los tratamientos de la medicina tradicional a los que se ha sometido antes.

**La homeopatía está presente en nuestro país desde mediados del siglo XIX, pero fue durante el Porfiriato cuando comenzó a ser considerada más seriamente. De hecho, fue precisamente el presidente Porfirio Díaz quien la reguló**

Para prescribir el medicamento específico se tiene en cuenta al paciente como un todo, con sus reacciones personales a la situación patológica. El remedio dependerá de los síntomas, más que del diagnóstico, pudiendo variar de un paciente a otro con la misma enfermedad, o que pacientes con distinta patología requieran remedios similares.

En la actualidad, algunos pacientes siguen un tratamiento de medicina alopática, y adicionalmente acuden a la medicina homeopática; muchos de ellos finalmente abandonan su tratamiento alopático para atenderse únicamente con la homeopatía, pues quedan satisfechos con los resultados, comentó en entrevista José Luis Hernández García, vicepresidente de la Asociación Mexicana de Médicos Homeópatas.

Sobre los costos de la medicina homeopática, Hernández García afirma que es mucho más económica que la alopática, tanto sus medicamentos, como sus consultas. Pero, eso sí, es muy importante atenderse con un médico homeópata certificado, pues existen personas que con sólo un curso de homeopatía ya se toman la libertad de dar consulta, sin tener conocimientos ni experiencia que los respalden. La homeopatía es una especialidad de la medicina; para ejercerla se debe haber estudiado en una universidad, como la Escuela Nacional de Medicina y Homeopatía del IPN o la Escuela Libre de Homeopatía de México. Además, los médicos homeópatas deben someterse a certificación para comenzar a ejercer, y a constantes recertificaciones a lo largo de su carrera, que otorga el Consejo Mexicano de Certificación en Homeopatía (Comech).

Por eso, si vas a consultar a algún homeópata en cualquier parte del país, verifica que tenga la certificación del Comech.

**Entrevista:**
· José Luis Hernández García, médico homeópata, vicepresidente de la Asociación Mexicana de Médicos Homeópatas.

**Fuentes:**
· Ballester, Sanz, M.J., et al. (Febrero de 1999). "Homeopatía. Fundamentos científicos". *Revista Actualizaciones*. Vol. 6, No. 2. s.l.
· Speight, Phillis. (1995). *La homeopatía a su alcance. Un curso práctico*. México: Panorama.

## Alimentos contra la osteoporosis

# Mujeres inquebrantables

¡Crac! Fracturas y fisuras son algunas de las consecuencias de esta enfermedad. Para combatirla, se recomienda una dieta rica en calcio y vitamina D. Toma en cuenta estos consejos para incluirlos en tu alimentación.

Con el paso de los años, el cuerpo va sufriendo los estragos propios del envejecimiento. Algunos de los padecimientos que experimentamos durante este inevitable proceso de la vida pueden prevenirse o combatirse a través de acciones que procuren nuestro bienestar.

Dos de las alteraciones son el envejecimiento celular prematuro y la osteoporosis; esta última es una enfermedad crónica tildada de silenciosa, pues suele descubrirse hasta que se sufre una fractura. Afecta principalmente a las personas mayores de 30 años, y los factores que contribuyen a este padecimiento son el descenso hormonal, la falta de calcio y vitamina D en la dieta, la poca actividad física y los hábitos nocivos como el tabaquismo y el consumo de alcohol, lo que deriva en fragilidad de la masa ósea.

Por desgracia, las mujeres son el blanco más frecuente de este padecimiento, debido al decremento en la producción de estrógeno.

Si deseas evitar o combatir la osteoporosis y el envejecimiento celular prematuro es importante que cuides tus hábitos alimenticios y que te ejercites con regularidad, además de eliminar conductas perjudiciales para tu salud.

### PARA UNOS HUESOS FUERTES

- Incluye tofu, col, leche de soya, sardinas, frijoles, pan, nueces y almendras en tu dieta cotidiana.
- La vitamina D favorece la producción de calcitrol, hormona que fija el calcio en los huesos. Puedes obtenerla exponiéndote de manera moderada al sol o comiendo huevo, hígado, lácteos enriquecidos y pescados de agua salada.
- Haz ejercicio. Mejorar tu condición física y evitar el sobrepeso es muy importante. Camina o trota 30 minutos al día.
- Modera tu ingesta de sodio, fibras, proteínas o suplementos con zinc, pues interfieren en la absorción del calcio.

Dale satisfacción a tu paladar al tiempo que procuras tu bienestar con una dieta equilibrada. Descubre las recetas del Platillo Sabio Profeco.

¿Quieres prevenir la osteoporosis y evitar los radicales libres? Encuentra deliciosas y saludables recetas que incluyan vitamina D y calcio, en **cheforopeza.com.mx**

### Ataca a los radicales libres

Estas moléculas se caracterizan por tener una carga negativa que fácilmente reacciona con otras, lesionando las células de nuestro cuerpo. Podemos encontrarlas en cualquier lugar, en el aire que respiramos y hasta en las comidas fritas y los contaminantes ambientales. Los radicales libres causan envejecimiento prematuro y están relacionados con la degeneración celular; asimismo, algunos científicos aseguran que están ligados con el cáncer.

Para reducir su efecto es necesario incrementar el consumo de antioxidantes. Aquí te damos algunos consejos para lograrlo:

- Aumenta tu consumo de vegetales y frutas. Ambos contienen vitaminas A, C y E, que detienen la oxidación celular. Las encuentras en: durazno, germen de trigo, nuez, chile, cítricos, brócoli, espinaca, hígado y huevo.
- Reduce tu consumo de carne. Recuerda que, en exceso, genera radicales libres en el colon. Implementa un menú vegetariano al menos un día a la semana; también te servirá para mejorar tu función intestinal.
- Disminuye el número de cigarros o, mejor, elimina el hábito; al hacerlo, protegerás tus pulmones del cáncer, mejorarás tu capacidad respiratoria y te olvidarás de los radicales libres que esta terrible adicción genera.

**Según cifras de la Secretaría de Salud, 5.4 millones de mujeres en el país sufren osteoporosis**

## Hablemos de tarifas

# Y tú, ¿cuánto pagas de luz?

La energía eléctrica que llega a tu hogar no tiene un precio... tiene varios, según dónde vivas y cuánto consumas. ¿Conoces tu tarifa?

Un bimestre, el recibo de luz te llega al doble de lo que pagas normalmente. Consternado, te pones a analizar si por algún motivo gastaste demasiada luz en esos días, pero no recuerdas ningún cambio considerable; tal vez sólo dejaste algunos focos prendidos y olvidaste desconectar la plancha un par de veces, o el aire acondicionado... ¿Cómo pudo haberse duplicado la cuenta?

Primero que nada, debes considerar tres variables:

**1.** La tarifa.
**2.** La temporada, sea de verano o fuera de éste.
**3.** El consumo de kilowatts por hora (kWh).

### 1 Tu tarifa

**Tarifa doméstica.** CFE considera ocho tarifas para uso doméstico, de las cuales siete –de la 1 a la 1F– se aplican a las distintas regiones del país –que te mostramos en el cuadro final–, de acuerdo con la temperatura ambiente mínima de la localidad. Es decir, tu tarifa se calculará de forma distinta si vives en el DF o en Puebla, que si vives en Sinaloa o en Campeche, pues, entre más calor, la tarifa será más baja. En los lugares con temperaturas altas se utiliza más electricidad, debido al uso de aparatos para enfriar el ambiente, por lo cual estas zonas tienen un mayor subsidio.

| Tarifa | Temperatura media mensual mínima en verano, en grados centígrados |
|---|---|
| 1 | <25º |
| 1A | 25º |
| 1B | 28º |
| 1C | 30º |
| 1D | 31º |
| 1E | 32º |
| 1F | 33º |

El tipo de tarifa que te toca aparece en tu recibo, y cada una tiene distintas cifras que se cobran según las cantidades mínimas y máximas de kWh establecidas, como veremos más adelante.

**Tarifa doméstica de alto consumo (DAC).** Hasta aquí van siete tarifas. A la octava se le llama de alto consumo, debido a que es la que se aplica cuando sobrepasas el límite establecido para tu localidad en tu consumo mensual promedio del último año. Debes ser cuidadoso con esta tarifa, pues la cuenta de electricidad te puede aumentar exponencialmente, con tan sólo excederte unos cuantos kilowatts. En ella se cobra un cargo fijo más una tarifa a un precio muy alto por cada kilowatt.

El límite de alto consumo se define en función de la tarifa doméstica: 1, 1A, 1B, 1C, 1D, 1E y 1F, que se aplique en tu localidad.

| Tarifa | Límite para aplicación de DAC |
|---|---|
| 1 | 250 kWh/mes |
| 1A | 300 kWh/mes |
| 1B | 400 kWh/mes |
| 1C | 850 kWh/mes |
| 1D | 1,000 kWh/mes |
| 1E | 2,000 kWh/mes |
| 1F | 2,500 kWh/mes |

### 2 Tarifa de verano

Durante los meses de más calor, muchos aparatos tienen que mantenerse encendidos gran parte de tiempo, o trabajar a mayor potencia, principalmente el refrigerador y el aire acondicionado. Por ello, en las regiones más cálidas del país se aplica esta tarifa, que va desde abril hasta septiembre.

Si vives en zonas en donde se registran altas temperaturas en verano, infórmate sobre el beneficio que corresponde en tu región, para que así puedas mantener tu consumo en el rango en el que se te aplica esta tarifa y puedas acceder al beneficio.

Debes de tomar en cuenta que, si mantienes encendido por horas cualquier tipo de aparato para enfirar, de no ser por esta importante reducción tarifaria, tu cuenta bimestral podría hasta cuadruplicarse durante el verano.

### 3 Consumo de kilowatts por hora

Finalmente, debes tomar en cuenta que hay diferencia en el precio de tu tarifa según la cantidad de kWh que consumas. En cada una de las siete tarifas domésticas, es decir, de la 1 a la 1F, existen dos categorías establecidas de acuerdo con ciertos límites de consumo. En la primera se aplican los precios del consumo básico e intermedio, y en la segunda se aplica, además, el consumo excedente.

Tomemos como ejemplo la tarifa 1A (los precios varían por mes, así que los que te proporcionamos sólo son de referencia):

## Categoría 1

**Para consumo de hasta 150 kWh mensuales**

| Rango de consumo | Dic./2011 | Ene. | Feb. | Mar. | Abr. | May. | Jun. | Jul. | Ago. | Sep. | Oct. | Nov. | Dic. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Básico 1-100 | 0.653 | 0.655 | 0.657 | 0.659 | 0.661 | 0.663 | 0.665 | 0.667 | 0.669 | 0.671 | 0.673 | 0.675 | 0.677 |
| Intermedio 101-150 | 0.754 | 0.756 | 0.758 | 0.760 | 0.762 | 0.764 | 0.766 | 0.769 | 0.772 | 0.775 | 0.778 | 0.781 | 0.784 |

## Categoría 2

**Para consumo superior a 150 kWh mensuales**

| Rango de consumo | Dic./2011 | Ene. | Feb. | Mar. | Abr. | May. | Jun. | Jul. | Ago. | Sep. | Oct. | Nov. | Dic. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Básico 1-100 | 0.653 | 0.655 | 0.657 | 0.659 | 0.661 | 0.663 | 0.665 | 0.667 | 0.669 | 0.671 | 0.673 | 0.675 | 0.677 |
| Intermedio 101-150 | 0.980 | 0.983 | 0.986 | 0.989 | 0.992 | 0.995 | 0.998 | 1.001 | 1.004 | 1.007 | 1.010 | 1.013 | 1.016 |
| Excedente 150-300 | 2.593 | 2.601 | 2.610 | 2.619 | 2.628 | 2.637 | 2.646 | 2.655 | 2.664 | 2.673 | 2.682 | 2.691 | 2.700 |

En el caso de la tarifa 1A, perteneciente al ejemplo de la página siguiente, cuando el consumo mensual promedio registrado en los últimos 12 meses sea superior a 300 kWh/mes, se te cobrará la tan temida tarifa DAC. Este límite cambia según la tarifa doméstica que te corresponda.

Observa cómo los consumos Básico e Intermedio de la Categoría 2 son superiores a los de la 1. Como puedes darte cuenta, entre más luz consumes, el costo de los kilowatts se incrementa.

## ¿Conoces cuál es tu zona tarifaria?

Para la aplicación de las diferentes tarifas, el país está dividido por regiones. Con el fin de que conozcas a cuál corresponde tu localidad, te presentamos este cuadro:

| Región | Municipios |
|---|---|
| Baja California | Todos los municipios de **Baja California**. Municipios de **Sonora**: San Luis Río Colorado. |
| Baja California Sur | Todos los municipios de **Baja California Sur**. |
| Noroeste | Todos los municipios de **Sonora**, excepto el comprendido en la región **Baja California**. Todos los municipios de **Sinaloa**. |
| Norte | Todos los municipios de **Chihuahua** y **Durango**. Municipios de **Zacatecas**: Chalchihuites, Jiménez del Teúl, Sombrerete, Sain Alto, Jerez, Juan Aldama, Río Grande, General Francisco Murguía, Mazapil, Melchor Ocampo. Municipios de **Coahuila**: Torreón, San Pedro de Las Colonias, Matamoros, Viesca, Parras de La Fuente, Francisco I. Madero, Ocampo y Sierra Mojada. |
| Noreste | Todos los municipios de **Nuevo León** y **Tamaulipas**. Todos los municipios de **Coahuila**, excepto los comprendidos en la región Norte. Municipios de **Zacatecas**: Concepción del Oro y El Salvador. Municipios de **San Luis Potosí**: Vanegas, Cedral, Cerritos, Guadalcázar, Ciudad Fernández, Rioverde, San Ciro de Acosta, Lagunillas, Santa Catarina, Rayón, Cárdenas, Alaquines, Ciudad del Maíz, Ciudad Valles, Tamazopo, Aquismón, Axtla de Terrazas, Tamazunchale, Huehuetlán, Tamuín, Tancahuitz, Tanlajas, San Antonio, Coxcatlán, Tampamolón, San Vicente Tancuayalab, Ébano, Xilitla, Tampacán, Tanquián de Escobedo. Municipios de **Veracruz**: Pánuco, Tempoal, Pueblo Viejo, Tampico Alto, Ozuluama de Mazcareñas, El Higo, Huayacocotla. |
| Central | Todas las delegaciones del **Distrito Federal**. Municipios del **Estado de México**: Tultepec, Tultitlán, Ixtapaluca, Chalco de Díaz Covarrubias, Huixquilucan de Degollado, San Mateo Atenco, Toluca, Tepotzotlán, Cuautitlán, Coacalco, Cuautitlán Izcalli, Atizapán de Zaragoza, Tlalnepantla, Naucalpan de Juárez, Ecatepec, Chimalhuacán, San Vicente Chicoloapan, Texcoco, Ciudad Nezahualcóyotl, Los Reyes La Paz. Municipios de **Morelos**: Cuernavaca. |
| Sur | Todos los municipios de **Nayarit, Jalisco, Aguascalientes, Colima, Michoacán, Guanajuato, Querétaro, Hidalgo, Guerrero, Tlaxcala, Puebla, Oaxaca, Chiapas, Tabasco**. Todos los municipios de **Zacatecas, San Luis Potosí** y **Veracruz** no comprendidos en la región Norte y Noreste. Todos los municipios del **Estado de México** y **Morelos** no comprendidos en la región Central. |
| Peninsular | Todos los municipios de **Quintana Roo, Campeche** y **Yucatán**. |

### Ejemplo

**Supongamos que durante abril consumiste 280 kWh con la tarifa 1A –por lo tanto, entras en la Categoría 2–. Éstos se te cobrarían así:**

- Básico
  100 kWh a $0.653 = $65.30
- Intermedio
  50 kWh a $0.983 = $49.50
- Excedente
  130 kWh a $2.593 = $337.09

**Total kWh: 280**
**Monto a pagar = $451.89**

Nota cómo, a partir del kWh 151, comienzas a pagar más del doble.

No obstante, en caso de que te excedieras de los 300 kWh, desde el kWh 301 se te cobraría la tarifa DAC: un cargo mínimo de $78.97 más $3.032 por cada kWh. ¿Ahora entiendes por qué puede dispararse tanto la cuenta de luz si te excedes por unos cuantos kilowatts?

A esto todavía hay que agregar el 16% de IVA, o el 11% si vives en la frontera.

Ahora que ya lo sabes, verifica en tu recibo de luz cuál es el tipo de tarifa que te corresponde, y procura no rebasar el límite de consumo, para que tu cuenta no te llegue ardiendo.

**Fuentes:**
· Profeco. "Dudas frecuentes sobre CFE", Brújula de compra, en www.profeco.gob.mx/cfe.asp (Revisado el 23 de marzo de 2012).
· CFE. "Conoce tu tarifa", en www.cfe.gob.mx/casa/ConocerTarifa/Paginas/Conocetutarifa.aspx (Revisado el 23 de marzo de 2012).
· CFE. "2011", en www.cfe.gob.mx/negocio/conocetarifa/disposicionescomplementarias/Paginas/2011.aspx (Revisado el 23 de marzo de 2012).

## Andaderas, carriolas, corrales y periqueras:

# Asegúrate de que no sean peligrosas

Nadie nos enseña a ser papás. Tampoco a elegir los artículos para bebés que, además de protegerlos, contribuirán a su desarrollo. En el mercado existen productos que no son seguros para ellos. Conoce los puntos a considerar para garantizar su salud y seguridad.

Todos los padres buscamos lo mejor para nuestros hijos. Sin embargo, muchas veces podemos terminar poniéndolos en peligro a pesar de nuestras buenas intenciones, especialmente cuando son más vulnerables.

Existen artículos para bebé que, por sus características de diseño o fabricación defectuosas, pueden llegar a lastimarlos durante su uso.

Brindarles "lo mejor" no implica necesariamente adquirir los artículos más caros, sino los más seguros.

Conocer las Normas Oficiales Mexicanas que regulan estos productos, y exigir que todos los artículos en el mercado las cumplan, son una buena forma de evitar que nuestros hijos salgan lastimados.

Las carriolas, andaderas y corrales, por ejemplo, están reguladas por una NOM de cumplimiento obligatorio. Esto quiere decir que, para ser comercializadas, requieren un certificado de cumplimiento de la norma correspondiente, que se tramita ante un organismo privado de certificación.

Si estás buscando adquirir alguno de estos artículos, o si deseas verificar que los que ya tienes son los más adecuados, toma en cuenta las siguientes especificaciones que todo producto para niños menores a 3 años debe cumplir:

1. Los materiales deben estar libres de orillas filosas, protuberancias o puntas.
2. Los productos que requieran sujeción del menor deberán contar con telas o plásticos, armazones, arneses y soportes resistentes.
3. No deberán presentar orificios que permitan la entrada de alguna parte del cuerpo del bebé y que ésta pueda quedar atascada.
4. Los dispositivos de sujeción deberán tener un diseño que complique que el bebé pueda soltarse o zafarse, pero deberá ser sencillo para que un adulto logre abrirlo o desajustarlo con cierta facilidad.
5. Deberán ser estables para que, con los movimientos naturales del niño o los previsibles del entorno, no se vuelquen.
6. Si el producto cuenta con resortes accesibles, deberán estar cubiertos por algún forro que evite que alguna parte del cuerpo sea pellizcada.
7. Si el producto es plegable, deberá tener un diseño que evite que, durante su uso normal o previsible, éste se pueda plegar y dejar atrapado o lastimar al menor.
8. El producto debe resistir en su uso el peso del menor.

## ¿Trampas para bebés?

El Laboratorio Profeco ha realizado estudios de calidad donde la seguridad de los usuarios finales del producto es prioridad. Es el caso de los artículos para bebé.

En noviembre de 2007 analizó 19 modelos de las 12 principales marcas de carriolas que se encuentran en el mercado[1]. Los resultados determinaron que tres de los modelos analizados no cumplieron con las medidas de seguridad necesarias para garantizar la integridad física del menor porque:

- **Presentaban orillas filosas.**
- **Los anclajes del asiento no eran firmes o se separaban de su punto de unión, lo que puede ocasionar que el bebé caiga.**
- **Mostraron una estructura poco resistente.**

En 2010 se publicó otro estudio[2], éste de sillas altas para bebé o periqueras. En México no existe una norma obligatoria que controle la fabricación, venta y uso de estos productos, por lo que las pruebas se sustentaron en normas internacionales y procedimientos internos del Laboratorio Profeco. Se analizaron 18 modelos, cinco de fabricación nacional y 13 importados.

- **Tres de dichos modelos presentaron rebabas y dos, además, incluyeron bordes filosos**

en su estructura, los cuales pueden provocar cortaduras en los bebés y adultos.

- Sólo 11 de las analizadas en la muestra incluían, en la información al consumidor, la identificación y contenido de fibras de los textiles utilizados en su fabricación.
- Las telas usadas en la fabricación de ocho modelos no tenían tratamiento ignífugo, es decir, no retardaban el fuego.

**CARRIOLAS**

**NOM-133/2-SCFI-1999**
Productos infantiles – Funcionamiento de carriolas para la seguridad del infante – Especificaciones y métodos de prueba.

**ANDADERAS**

**NOM-133/1-SCFI-1999**
Productos infantiles – Funcionamiento de andaderas para la seguridad del infante – Especificaciones y métodos de prueba.

**CORRALES**

**NOM-13373-SCFI-1999**
Productos infantiles – Funcionamiento de corrales y encierros – Especificaciones y métodos de prueba.

Sin embargo, otros productos, como cunas y sillas altas, no cuentan aún con una **NOM** que establezca las condiciones de seguridad necesarias en su diseño y fabricación para que no representen una amenaza a la seguridad de los infantes. **Profeco** está promoviendo dos anteproyectos en esta materia, basados en normas estadunidenses.

A fin de constatar que las andaderas y corrales –tanto nacionales como importados– que se comercializan en México, cumplen con los requisitos de información comercial y especificaciones de seguridad establecidos por las Normas Oficiales Mexicanas, **Profeco** instrumentó un Operativo de Verificación durante 2009, en tres etapas.

Se hicieron más de 380 visitas de verificación en diversos estados del país y se verificaron 15 mil 427 andaderas y 3 mil 338 corrales, de los cuales se inmovilizaron:

- 3 mil 543 andaderas: 224 por carecer de la leyenda de precaución: "Nunca cargue la andadera con el niño dentro", y omitir en la garantía el nombre, denominación y domicilio del fabricante, identificación de modelo, nombre y domicilios de establecimientos donde puede hacerse efectiva la garantía, así como su duración, términos y condiciones; los otros 3 mil 319 por incumplimientos de seguridad como:
- El tamaño de los orificios y ranuras de la base y la charola permitía el acceso de los dedos del bebé, lo que podía provocar cortaduras o hasta mutilación.
- Su altura respecto del suelo era insuficiente, por lo que el niño podría salirse de la andadera.
- Sus mecanismos de ajuste podían romperse y no soportaban una carga estática de 41 kilos, por lo que el mecanismo de enganche puede romperse y ocasionar la caída del infante.
- Cien corrales: 30 de ellos por carecer de la leyenda de precaución: "Armar el corral conforme a lo indicado en el instructivo", y ostentar la leyenda de garantía sin ofrecerla por escrito. Los 70 restantes por incumplimiento de seguridad, como el siguiente:
- La colchoneta de la base tenía un espesor mayor al indicado por la norma, lo cual podía facilitar que el bebé saliera del corral o provocar una volcadura.

## Recomendaciones de compra

- Escógelos de acuerdo al peso y estatura del niño.
- Toma en cuenta el espacio que requiere la periquera para su almacenamiento y evalúa la viabilidad de guardarlo, tanto en el portaequipajes del auto como en el lugar destinado en el hogar.
- Al elegir el aparato considera, además de su calidad y seguridad, el peso y diseño, pues algunos pueden resultar muy pesados y hasta difíciles de doblar sin ayuda.
- Antes de comprar, asegúrate de que no presente defectos visibles en sus acabados, y que en el interior del empaque se encuentre todo lo que se describe en su etiquetado exterior y/o su manual de usuario.
- Solicita al vendedor que te indique la forma correcta de desplegar y plegar el aparato, para que tú evalúes la facilidad o dificultad con que se lleva a cabo.
- Pide que te muestren la lista de establecimientos donde se pueden adquirir los accesorios disponibles para el producto (si no vienen incluidos), los centros de servicio, y verifica su cercanía.
- Para el caso de los productos que no los cubre una Norma Oficial Mexicana, te sugerimos buscar en el empaque el sello de cumplimiento con normas europeas "CE" o de los Estados Unidos "ASTM" o "UL".

Tomando en cuenta estas recomendaciones, podrás tener mayor tranquilidad y ayudarás a reducir la posibilidad de accidentes en casa, en los que tus hijos puedan salir lastimados. ¡Cuídalos!

[1] Dicho estudio se publicó en el número 369 de la **Revista del Consumidor**, correspondiente al mes de noviembre de 2007. Para consultarlo, visita **revistadelconsumidor.gob.mx** o acude al Centro de Documentación (Cedoc) ubicado en avenida José Vasconcelos 208, planta baja, colonia Condesa, delegación Cuauhtémoc, en México DF.

[2] Este estudio fue publicado en el número 398 de la **Revista del Consumidor**, correspondiente a la edición de abril de 2010.

Actualmente hay productos para bebé con alertas de seguridad:
**1) Carriola marca Quatro Tour y Metro Lite, modelos 711HOG/Varios y 711LAG.**
**2) Andadera marca Bebe Sin modelo 1109 y Sillas marca Mattel.**

Consulta los detalles en el sitio **alertas.gob.mx** y suscríbete para que te avisemos en cuanto sea emitida una alerta o llamado a revisión de algún producto.

# Insecticida ecológico

Tiempo de preparación: 5 días  Caducidad: 3 meses  Rendimiento: 250 g

En todas las Tecnologías Domésticas Profeco se consideran las siguientes equivalencias:
1 cucharada (TBS: tablespoon) = 15 ml
1 cucharadita (teaspoon) = 5 ml
1 taza = 250 ml

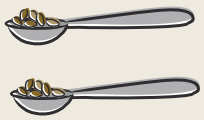
Este insecticida no es tóxico para personas, animales y plantas.

## INGREDIENTES

¾ de taza de agua

Tabaco de 4 cigarros o de un ¼ de puro

1 taza de alcohol desnaturalizado



2 cucharadas de semillas secas de neem

## UTENSILIOS

(1) Frasco ámbar o recipiente oscuro con capacidad de 250 ml, (2) mortero, (3) colador de malla fina, (4) botella de plástico con atomizador y capacidad de 250 ml, (5) embudo, (6) vaso, (7) tazón de vidrio y (8) toalla de papel.

Validación técnica del maestro en Ciencias Miguel Ángel Meza Vudoyra.

¿Quieres saber más Tecnologías Domésticas **Profeco**? Visita nuestro canal en YouTube: youtube.com/profecotv

## 1

Vierte el alcohol en el frasco ámbar y agrega el tabaco.

Deja reposar la mezcla en un lugar seco, fresco y oscuro por cinco días. Al tercero, es aconsejable agitarlo.

## 2

Al cuarto día, tritura las semillas de neem en el mortero y agrégalas a un vaso con agua.

Déjalas reposar durante toda una noche.

## 3

Llegado el quinto día, vierte el vaso de agua con las semillas de neem dentro de la botella con atomizador. Al hacerlo, utiliza un colador de malla muy fina para evitar que los residuos se filtren.

## 4

Cuela la mezcla de alcohol y tabaco. Con ayuda de la toalla de papel y el embudo, fíltrala dentro del frasco ámbar.

## 5

Agrega tres cucharadas de la mezcla de tabaco y alcohol al líquido del atomizador, y agita. El insecticida está listo.

## Semillas de neem, tesoro del Ayurveda

La *azadirachta indica*, conocida coloquialmente como nim, margosa o lila india, es un árbol originario de India y Birmania que sólo prospera en regiones tropicales y subtropicales. Aunque sus propiedades medicinales aún son motivo de discordia entre científicos e investigadores, sus bondades terapéuticas, cosméticas e insecticidas ya eran relatadas en el Ayurveda, un compilado de medicina india antigua escrito durante el siglo VII a. C. Aunque actualmente continúa investigándose su aplicación en el campo de la farmacéutica, su uso en la elaboración de insecticidas, abonos y plaguicidas es bastante común. Para conseguir la semilla de este árbol, acude a una herbolaria, tienda de medicina tradicional o droguería donde elaboren compuestos medicinales.

## CONSERVACIÓN

El insecticida debe mantenerse en un lugar fresco, seco y oscuro.

## RECOMENDACIONES

- Puedes reservar el sobrante de la mezcla de tabaco y alcohol para futuras preparaciones.
- Dos semanas antes de la elaboración, pon a secar al sol las semillas de neem durante 14 o 15 días. Así podrás molerlas con mayor facilidad.

**Ilustración:** Mónica Miranda

# Verdes por fuera... falsos por dentro

La protección al medio ambiente es hoy una gran preocupación social. Fenómenos como el cambio climático han provocado que cada vez más personas consuman productos "éticos" y responsables con el medio ambiente. Sin embargo, ¿qué sucede cuando algunos proveedores pretenden darnos "gato por liebre"?

Todos tenemos derecho a la protección del medio ambiente de acuerdo con el Artículo 4° de nuestra Carta Magna. Sin embargo, debido a la creciente industrialización y explotación de los recursos naturales, el ecosistema se encuentra inmerso en riesgos permanentes, como el fenómeno del cambio climático.

Afortunadamente, durante los últimos años se ha generado una importante concientización social orientada a proteger al medio ambiente a través de un consumo responsable y sustentable. Así, los hábitos del consumidor del siglo XXI han cambiado; ya no sólo tomamos una decisión de consumo a partir del precio y calidad, ahora también consideramos el impacto que generamos en nuestro entorno. Precisamente por lo anterior, no es raro que muchos consumidores prefieran comprar un papel higiénico reciclado a uno normal, o bien, alimentos orgánicos, detergentes ecológicos o empaques biodegradables.

Lo anterior ha tenido como consecuencia el surgimiento de una industria "verde" y del denominado "marketing ecológico". Es decir, se ha aumentado la oferta de productos que ofrecen la ventaja comparativa de ser responsables con el medio ambiente. Así, a las múltiples alternativas que los consumidores teníamos en el mercado, hoy sumamos las "eco", "bio" o "verdes".

El problema surge cuando, ante el crecimiento de la demanda de productos ecológicos, algunos proveedores ostentan los suyos como orgánicos, biodegradables, oxidegradables o reciclados, cuando en realidad no lo son. Por esta razón, en este artículo te compartiremos información sobre algunos de los "eco-engaños" publicitarios más frecuentes, para que no caigas en ellos y, cuando los detectes, los denuncies ante **Profeco**.

## ¿Naturales? No tanto

Frases publicitaras como "totalmente natural", "no contamina" o "amigable con el medio ambiente" resultan muy atractivas para aquellos consumidores que han tomado conciencia de la necesidad de consumir de forma responsable y sustentable. Sin embargo, los engaños de productos que se publicitan como ecológicos son tan comunes en todo el mundo que se ha creado el término *greenwashing*[1]. También llamado "limpieza en verde", el *greenwashing* se utliza para referirse al uso de argumentos ecológicos con fines de venta.

De acuerdo con la empresa TerraChoice, los siete engaños del *greenwashing* son: cuando se dice que un producto es verde a partir de un conjunto limitado de atributos; cuando no se pueden comprobar los atributos "verdes"; cuando el atributo es pobre o tan general que su significado podría ser mal interpretado por el consumidor; cuando el atributo carece de importancia real para el ambiente; cuando se pretende distraer al consumidor del impacto medioambiental real de un producto; y cuando deliberadamente se ofertan pretensiones medioambientales falsas[2]. De este modo, podemos identificar ejemplos de *greenwashing* cuando un detergente se publicite como "natural", pero no cuente con sustento para hacer dicha afirmación.

Con el objetivo de evitar ser atrapados por la publicidad "eco-engañosa", es importante saber qué significan las características que ofrecen. Por ejemplo, una sustancia biodegradable es aquella que puede descomponerse por acción biológica, es decir, por la acción de otros seres vivos, como hongos y bacterias que lo utilizan de alimento[3].

Las sustancias no biodegradables tardan un tiempo extremadamente largo en descomponerse, lo que implica la necesidad de intervención humana para reutilizarlos o reciclarlos.

Gráficos: Bachan

Actualmente, muchos materiales se reciclan para ser utilizados nuevamente de otra forma, pero una cosa es que los productos contengan materiales reciclables y otra es que sean reciclados. Tal vez suena evidente, pero la publicidad y la información comercial de algunos productos invierten estos conceptos para aparentar que son más amigables con el ambiente.

En México, los alimentos que se ostentan como "eco" o "bio" deben cumplir con lo dispuesto en la Ley de Productos Orgánicos y su Reglamento. De esta forma, se establece un riguroso proceso de certificación que considera las materias primas y el proceso de producción.

## RESULTADOS DEL MONITOREO DE PUBLICIDAD

La Dirección de Publicidad y Normas de **Profeco** realizó, entre el 26 y el 30 de marzo, un monitoreo de la publicidad en internet de 90 productos con características ecológicas. De los productos monitoreados:

- **69%** se publicitaba como biodegradable o degradable.
- **14%** hace referencia a que son reciclables o reciclados.
- En **45%** de los productos, las características ambientales hacían referencia a sus envases, bolsas o contenedores.
- **11%** era producto de limpieza o aseo.

Cabe señalar que solamente los productos que cumplan con lo estipulado en dichas disposiciones pueden ser identificados con el término "orgánico" o denominaciones equivalentes en su material publicitario y los documentos comerciales y puntos de venta.

De acuerdo con el Artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), la publicidad relativa a bienes, productos o servicios deberá ser, entre otras cosas, veraz y comprobable. Por ello, si un producto se anuncia como "ecológico" y en realidad no lo es, podría tratarse de publicidad engañosa e incurriría en una infracción a la LFPC que **Profeco** puede investigar y, en su caso, sancionar.

## AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA

### ¿Sabes qué es el Código PABI?

Por su escaso conocimiento, experiencia y madurez para evaluar la credibilidad de la información y distinguir entre contenidos publicitarios, informativos y de entretenimiento, los niños merecen un trato especial a la hora de proteger su derecho a la información.

Por ello, en marzo de 2009 se creó el código PABI, un esfuerzo de autorregulación publicitaria que promueve la publicidad responsable de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños, estableciendo principios, lineamientos, mecanismos de verificación y cumplimiento de este tipo de publicidad.

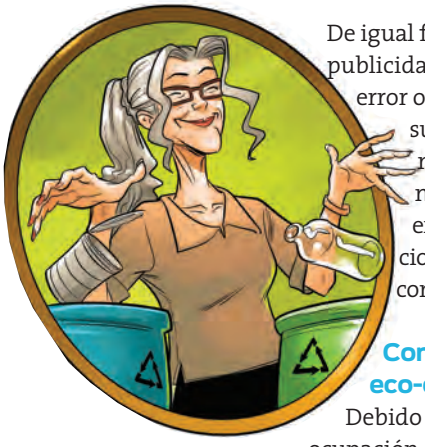
El Código de Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas No Alcohólicas dirigida al Público Infantil (PABI) nació como respuesta de los grandes fabricantes de productos de consumo agrupados en ConMéxico* y el Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria (Conar)**, para ayudar en el combate a la obesidad infantil, considerado un problema de salud en el país. Busca contribuir a fomentar hábitos de vida saludables en los niños a través de las siguientes acciones:

1. Promoviendo estilos de vida saludables, basados en una dieta correcta y el fomento del ejercicio diario, contribuyendo a formar consumidores responsables y atentos al cuidado de su salud.
2. No incitando al sobreconsumo ni las conductas compulsivas en la selección e ingestión de alimentos y bebidas.
3. No alentando el consumo de un alimento o bebida en detrimento de otro, y mostrando claramente el rol apropiado del producto en el contexto de una dieta correcta.
4. Absteniéndose de utilizar formatos imperativos para persuadir sobre la ingesta de un alimento o bebida, y evitando engañar a los niños sobre los beneficios de su consumo, como obtención de fuerza, estatus o popularidad.

El cumplimiento del PABI es vigilado por Conar, la Secretaría de Salud, Cofepris y **Profeco**.

Puedes consultarlo a detalle en http://www.e-consulta.com/blogs/educacion/imgs_10/codigo_pabi.pdf

* ConMéxico es un organismo que agrupa a las empresas de la industrias de alimentos y bebidas, productos para el hogar, productos para el cuidado personal y tabaco. Impulsa el desarrollo rentable de la industria de bienes y consumo.
** Es un organismo autónomo de la iniciativa privada, creado en México hace 10 años por anunciantes, agencias de publicidad y/o Comunicación, Asociaciones y medios de Comunicación, con el fin de fungir como conciliador en controversias de índole publicitario, dictando resoluciones basadas en un Código de Ética Publicitario.



De igual forma, recuerda que la publicidad no debe inducir al error o confusión a los consumidores, por lo que no debe presentarse de manera inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa. De lo contrario, están

### Contra la publicidad eco-engañosa: Prof-Eco

Debido a esta importante preocupación de los consumidores por contribuir a la ecología a través de la utilización de productos "ecológicos", **Profeco** realizó, entre el 26 y 30 de marzo, un monitoreo de la publicidad en internet de 90 diferentes productos que de alguna manera se identifican como "amigables con el ambiente", para detectar posibles engaños publicitarios y contribuir a que se tomen decisiones acertadas de consumo.

De la publicidad analizada se advirtió que más de la mitad de los productos asegura ser biodegradable o degradable. En segundo lugar, las frases o elementos que podrían ser sujetos de comprobación hacen referencia a la cualidad de ser reciclado o reciclable. Entre otras cosas, en el monitoreo se detectó que la publicidad de los productos "verdes" afirma, adicionalmente, que son naturales, aptos para el microondas o que no contaminan el agua.

Si te das cuenta de que la publicidad de algún producto "eco" contiene publicidad engañosa, puedes denunciarlo ante **Profeco** a través del correo electrónico **publicidadenganosa@profeco.gob.mx**. Cuando denuncias a un proveedor de bienes o un prestador de servicios, **Profeco** puede iniciar procedimientos o, en su caso, imponerle sanciones por haber utilizado publicidad engañosa.

## PARA NO CAER EN ENGAÑOS

**1.** Recuerda que los productos que se anuncien como 100% naturales, ecológicos o biodegradables, deben contar con pruebas que lo avalen, si no, están incumpliendo la ley al incurrir en publicidad engañosa.

**2.** En el caso de alimentos, los productos deben, además, cumplir con las disposiciones de la Ley de Productos Orgánicos y su Reglamento.

**3.** Antes de consumir, infórmate sobre los materiales que componen los productos y su tiempo de degradación, para que no consumas potenciales contaminantes innecesarios.

[1] Consultable en: http://stopgreenwash.org/
[2] TerraChoice. *The Sins of Greenwashing, Home and Family Edition 2010: A report on environmental claims made in the North American consumer market.* Estados Unidos: TerraChoice.
[3] Consultable en: http://www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/urbano/2006/03/07/149953.php

Cuántas veces has visto en los medios mensajes publicitarios de productos maravilla que te prometen el cielo, la luna y las estrellas, "al instante", "a precio único" pero que, a la hora de la verdad, son incapaces de cumplir lo que ofrecen. Aquí te presentamos sólo dos ejemplos de los muchos que existen.

## Fraudes olímpicos

Cada cuatro años es lo mismo: cuando México ha ganado el oro sientes que se te sale el corazón; te emocionas con cada triunfo, y celebras el triunfo que también es tuyo... Pero ¿frente a la tele? ¡Ya no más! Este año sí sentirás la adrenalina de los más rápidos y celebrarás junto a los número uno desde la primera fila, porque te llevaremos a los Juegos Olímpicos. Sólo nosotros tenemos boletos exclusivos para que nades con Michael Phelps y te tires de la plataforma con Paola Espinosa. ¡No te quedes para verlos en la tele cuando puedes tenerlos enfrente! Tenemos los mejores paquetes para que no te preocupes por nada: hospedaje en el palacio de Buckingham, transporte tipo Harry Potter, alimentos de la realeza y entradas VIP a las mejores competencias. Y lo mejor, pagando sólo 25 pesitos al mes*. Si viajas con nosotros, te llevarás el oro. ¡No esperes más! Llámanos al 01 800 OLIMPICO.

* Aplican términos y condiciones

### Realidad

Las agencias de viajes a veces ofrecen paquetes que nos resultan atractivos, pero que nos engañan o confunden porque no aclaran las condiciones bajo las cuales contratarás sus servicios (incluyendo las formas de pago). Debemos tomar en cuenta que las agencias de viajes son intermediarios entre los turistas y los prestadores de servicios turísticos (hoteles, medios de transportes o concesionarios de eventos). Por ello, antes de aventurarte a comprar boletos para asistir a eventos por medio de agencias, asegúrate de que son distribuidores autorizados. Además, deben entregarte un contrato que incluya los datos del proveedor, así como la descripción de los servicios que ofrecen en el paquete y las condiciones de rescisión del contrato.

## Plancha-Face Exprés

Reloj, no marques las horas... ¡olvida esas palabras! Recuperar tu juventud ahora es una opción, gracias a Plancha-Face Exprés, la crema antiarrugas más innovadora. Encontramos el elixir de la juventud y lo pusimos en una botella. Te aseguramos que no existe nada igual, cada dosis de Plancha-Face Exprés contiene 800 gotas de vitamina XP57-bis, la cantidad exacta para reducir 70% de las arrugas. ¿Crees que ser bella es bueno? Pues ser joven es mejor, ¡lo es todo! ¿Qué esperas? Disfruta de la juventud eterna. Con este producto recuperarás los años perdidos. Con Plancha-Face Exprés, embárrate de juventud.

### Realidad

Difícilmente los productos que ofrecen resultados tan increíbles, los cumplen. Además, los proveedores podrían basar su publicidad en estudios realizados en un número de personas que no representa una muestra estadísticamente válida para ser "serios" o, peor aún, dichos análisis podrían no existir. La información utilizada en la publicidad debe estar respaldada por pruebas que demuestren que las características atribuidas al producto son verdaderas. Asimismo, **Profeco** ha detectado que algunos productos no contienen la cantidad de sustancia o ingrediente que aseguran en su publicidad, lo que implicaría que el producto no proporciona los beneficios que se le confieren.

# Refresco bendito, dulce tormento

## ¿Qué haces ahí afuera? ¡Vente pa' dentro!

**Se han convertido en un elemento imprescindible de nuestras mesas. No en balde, a escala global, los mexicanos lideramos el consumo de refrescos... y en sobrepeso. ¿Coincidencia? Entérate en este estudio del aporte energético –las tan temidas calorías– y los aditivos que estas bebidas proveen en cada trago.**

Desde hace ya algunas décadas, los refrescos y bebidas saborizadas se han convertido en un elemento imprescindible de nuestra cultura. Se han hilado de tal forma en nuestro tejido social que, por lo general, resulta mucho más fácil conseguir un refresco o una bebida saborizada que hacerse de un vaso de agua potable en cualquier fiesta o celebración.

Quizá por ello, desde el año pasado, nuestro país se ha coronado como el mayor consumidor de refrescos en todo el mundo. De acuerdo con la información recabada por Oliver de Schutter, relator especial de la ONU en materia de derechos alimenticios, siete de cada diez mexicanos (cerca de 35 millones de personas) padecen sobrepeso.

A estas alturas del partido existen personas que aún consideran al sobrepeso y la obesidad como "males menores" o un mero problema de estética.

Según los estudios recopilados por De Schutter para la elaboración del informe que presentó el pasado febrero a la Organización de las Naciones Unidas, una persona con sobrepeso u obesidad pasará enferma alrededor de 18.5 años de su vida. Eso sin mencionar las altas probabilidades de desarrollar diabates o la hipertensión.

Según cifras difundidas por organizaciones de consumidores, los mexicanos consumimos, en promedio, 164 litros de refresco en un año[2], mientras que, en Estados Unidos –país considerado el segundo consumidor de refrescos a escala mundial–, se beben 118 litros por persona en el mismo lapso. Otros estudios parecen apuntalar y evidenciar esta hipótesis de consumo desmedido: Oliver de Schutter estima que 10% de la energía corporal que gastamos en el día a día proviene de este tipo de líquidos.

¿Las bebidas saborizadas y los refrescos son los culpables de la epidemia de sobrepeso y obesidad? No necesariamente. Al igual que en el caso de las frituras y botanas de maíz y trigo –objeto de análisis en el estudio de calidad del número anterior–, debemos hacer hincapié en que no existen alimentos "buenos" o "malos", únicamente hábitos alimenticios que nos benefician o perjudican.

A todo esto, ¿cómo son nuestros hábitos alimenticios? Según el último informe de la agencia de investigación de mercados Euromonitor[3], durante el año pasado un mexicano promedio consumió:

- 187.4 kilos de derivados de maíz y trigo.
- 3.4 kilos de frituras y botanas (cerca de 60 raciones por persona).
- 1.1 kilos de pasta o sopas precocidas.
- 55 kilos de vegetales.

A esta desbalanceada lista de alimentos, debemos sumarle nuestro estilo de vida sedentario, que poco ayuda a evitar que el alto aporte energético que consumimos –las temidas calorías– se convierta en reserva energética –la consabida grasa corporal. Las bebidas saborizadas y refrescos tienen el inconveniente de brindarnos un elevado aporte de calorías, salvo las que adicionan edulcorantes no calóricos.

¿Sabes cuáles son, a grandes rasgos, los ingredientes de un refresco y de una bebida saborizada? Aquí te los explicamos a detalle.

## Un vistazo al interior de las botellas

En torno a los refrescos y bebidas saborizadas se han generado un buen número de mitos y leyendas urbanas. En gran medida por la cantidad de aditivos alimentarios que poseen, como edulcorantes, acidulantes, dióxido de carbono y colorantes. Estas sustancias han sido acusadas en numerosas ocasiones de poner en riesgo nuestra salud. Pero, ¿qué hay de cierto en esas aseveraciones? ¿Qué dicen al respecto las autoridades sanitarias alrededor del mundo?

Vamos por partes. Por lo general, tanto refrescos como bebidas saborizadas –y una enorme lista de alimentos procesados– contienen "aditivos alimentarios". Es decir, sustancias sin valor nutricional que se añaden a los productos en porciones mínimas para modificar algunas de sus características; como, por ejemplo, potenciar el sabor, mejorar su apariencia o, incluso, aumentar su tiempo de vida en anaqueles.

En las bebidas de sabor y refrescos podremos encontrar, además de agua –el mayor componente de estos productos–, algunos de los siguientes aditivos:

**Acidulantes.** Como su nombre lo sugiere, se utilizan para manipular la acidez de los alimentos, modificando o reforzando su sabor. También, en el caso de algunos productos, ayudan a retardan la aparición de hongos y bacterias.

En las refrescos y bebidas sabortizadas, se utilizan para equilibrar el sabor del producto[4]. Ejemplos de acidulantes son los ácidos cítrico, tartárico y fosfórico.

Un sabor ligeramente ácido puede potenciar la sensación de frescura que estas bebidas ofrecen.Máxime cuando están frías.

Por ejemplo, el ácido fosfórico es el responsable de esta impresión, característica de las bebidas de cola[5].

**Colorantes.** De la vista nace el amor. Según diversos estudios, el aspecto de los alimentos –los colores incluidos– influye en la percepción del sabor y, por ende, en la preferencia de los consumidores. De ahí que los colorantes alimentarios jueguen un papel destacado en la industria, especialmente en el ramo dedicado a la elaboración de bebidas. Por lo general, se utilizan los colorantes de caramelo para las bebidas de cola. En el estudio encontramos amarillo 6, rojo allura, tartrazina, azul brillante y rojo 5, entre otros.

## FICHA TÉCNICA

**PERIODO DEL ANÁLISIS**
del 9 de febrero
al 15 de marzo de 2012

**MARCAS ANALIZADAS**
63

**PERIODO DEL MUESTREO**
del 9 de febrero
al 28 de febrero de 2012

**TOTAL DE PRUEBAS**
1,894

**Dióxido de carbono.** La diferencia entre un refresco y una bebida saborizada reside en este aditivo. El agua carbonatada –es decir, adicionada con ácido carbónico y dióxido de carbono– es la responsable del famoso "gas" y, por lo tanto, del burbujeo al abrir las latas o botellas. En un principio, esta mezcla debía prepararse "en el momento" en las antiguas fuentes de sodas, mezclando el agua carbonatada con sabores como uva o limón. Debido a la creación de la corcholata en forma de corona –que evita la pérdida del preciado dióxido de carbono–, estas refrescantes bebidas comenzaron a comercializarse a escala mundial.

**Edulcorantes.** Conocidos también como "sustitutos de azúcar", los edulcorantes han estado –literalmente– en boca de todos tras el *boom* comercial de los productos bajos en calorías o light durante las postrimerías del siglo pasado. Su función, en pocas palabras, es endulzar los productos aportándonos una cantidad muy baja o nula de calorías. En la actualidad, podemos distinguir dos tipos, dependiendo de su origen: naturales o nutritivos, y sintéticos o artificiales (o no nutritivos).

Entre el primer grupo encontramos a la stevia –extraída de la planta *stevia rebaudiana*– y al sorbitol, procesado a partir de algas rojas y algunos frutos como las bayas o las peras. Se considera que la stevia es 300 veces más dulce que el azúcar común, teniendo un aporte insignificante de calorías; mientras que, por su parte, el sorbitol aporta tan sólo 2.4 calorías por cada gramo. Del segundo grupo destacan el aspartame, el acesulfame K, la sacarina y la sucralosa, que se caracterizan por un nulo aporte energético[6].

**Conservadores.** Esta clase de aditivos –sean de origen natural o artificial– se utiliza con el objetivo de prevenir el deterioro que provocan los microorganismos presentes en los alimentos. Es decir, ayudan a que la comida y las bebidas tarden un poco más en "echarse a perder". Mientras que el ácido cítrico es un buen ejemplo de conservadores de origen natural, el benzoato de sodio y el sorbato de potasio son representantes del segundo tipo.

Estos últimos estuvieron presentes en algunas de las muestras que analizó nuestro laboratorio. El benzoato de sodio es utilizado en la industria para prevenir la presencia de levaduras y bacterias. Suele estar presente en las bebidas carbonatadas, pero también en conservas, mermeladas y jugos frutales. De manera natural se encuentra en arándanos, pasas, ciruelas y manzanas.[7]

El sorbato de potasio es añadido a las bebidas industriales como refrescos y aguas saborizadas. Sin embargo, también lo podemos encontrar en pizzas congeladas, quesos para untar, yogur y hasta vinos. Su función es retardar el crecimiento de levaduras y bacterias. Suele utilizarse en combinación con otras sustancias, como el propionato de calcio[8].

A grandes rasgos, éstos son los aditivos alimentarios que podemos encontrar tanto en bebidas saborizadas como en refrescos. Vale la pena dedicarle tiempo a los edulcorantes, la principal diferencia entre los productos normales y aquellos denominados como "bajos en calorías".

## Un *zoom* a los edulcorantes

Como se mencionó, en algunas bebidas se recurre al uso de edulcorantes –naturales o artificiales–, tanto para reducir su aporte energético como para manipular el sabor. Una de las preocupaciones más comunes entre los consumidores tiene que ver no sólo con la cantidad de calorías que contienen estos productos, sino también con los posibles daños a la salud que puedan provocar los aditivos alimentarios.

Ante el uso cada vez más extendido de los edulcorantes en la industria alimentaria, el Comité Mixto de expertos de la Organización Mundial de la Salud y la Organización para los Alimentos y la Agricultura (JECFA, por sus siglas en inglés) han establecido "Ingestas Diarias Aceptables" (IDA) por kilogramo de peso corporal. Es decir, se trata de un "tope" que fija hasta cuántos miligramos de estas sustancias podemos consumir sin afectar nuestra salud.

Para tu tranquilidad, te presentamos a continuación algunas características –la IDA incluida– de los edulcorantes[9] que se encontraron en la muestras que analizó el Laboratorio Profeco:

**Aspartame.** Desde 1965, este edulcorante ha rondado nuestras bebidas. Al ser 200 veces más dulce que el azúcar, se ha convertido en su sustituto más exitoso. Su único "defecto" –al menos para la industria– es que no resiste a ser utilizado en alimentos que deben cocerse u hornearse. La IDA de esta sustancia es de 40 miligramos por kilo de peso corporal.

**Acesulfame K.** Contemporáneo del aspartame, fue descubierto en 1967. Es también 200 veces más dulce que el azúcar y tiene un sabor dulce que desaparece rápidamente, sin dejar resabio. Al no ser metabolizado por el cuerpo, no provee energía (calorías), excretándose a través de la orina. Su IDA es de 15 miligramos por kilo de peso corporal.

**Sacarina.** Éste es el edulcorante artificial más antiguo que se conoce. Creado en 1879, es 300 veces más dulce y no provee calorías al cuerpo. Sin embargo, tiende a dejar un regusto amargo y metálico en el paladar. Su IDA es de 5 miligramos por kilo de peso corporal.

**Sucralosa.** Descubierta en 1976, es el único edulcorante de bajas calorías que se fabrica a partir del azúcar. Al igual que el acesulfame K, sus moléculas atreviesan nuestro cuerpo sin sufrir prácticamente cambios, y también son excretadas a través de la orina. Su IDA es de 15 miligramos por kilo de peso corporal.

**Steviosida.** Este edulcorante de origen natural ha sido motivo de polémica en años recientes debido a la reticencia que mostró la FDA para admitir su uso industrial en territorio estadunidense.

Como ya se había mencionado anteriormente, este sustituto puede ser hasta 300 veces más dulce que el azúcar, teniendo un IDA de únicamente 4 miligramos por kilogramo de peso corporal.

En México, la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) autoriza el uso de edulcorantes y fija límites permitidos, especificados en la NOM-086-SSA1-1994 – Bienes y servicios – Alimentos y bebidas no alcohólicas con modificaciones en su composición – Especificaciones nutrimentales.

Entre otras regulaciones, en esta Norma Oficial Mexicana se establecen las leyendas precautorias para algunos edulcorantes; como, por ejemplo: Aspartame: "Fenilcetonúricos: contiene fenilalanina". En su momento, esta leyenda causó una oleada de desconfianza hacia los edulcorantes. Sin embargo, dicha advertencia está dirigida únicamente a personas que padecen un mal congénito –la fenilcetonuria–, con el que su cuerpo es incapaz de aprovechar un aminoácido esencial llamado fenilalanina, presente en sustancias y alimentos como carnes o legumbres.

No obstante, no todo es burbujeante. No debemos perder de vista que, a pesar de que estos aditivos son calificados como seguros, pueden llegar a hacernos daño cuando sobrepasamos la IDA. De acuerdo con la tabla de Ingesta Diaria Aceptada, una persona que ronde los 60 kilos podría ingerir diariamente hasta 900 miligramos de acesulfame K.

Si consideramos al producto que hemos encontrado con el valor más alto de acesulfame K (63 miligramos en 200 mililitros), se tendrían que tomar 2 mil 857 mililitros de producto para llegar a la ingesta diaria admisible.

## ¿Cuántos terrones vas a querer en tu... refresco?

A veces necesitamos una ayudadita gráfica para comprender la verdadera magnitud de las cosas. En el estudio realizado por el Laboratorio Profeco, la cantidad de azúcar encontrada en los refrescos osciló entre los 25 y 4 gramos. En el caso de las bebidas saborizadas, varió entre los 28 y 5 gramos de azúcar; ambos rangos presentes en una muestra de 200 ml.

Si en los terrones o cubitos que solemos agregar a nuestro café hay, por lo menos, 4 gramos de azúcar, ¿cuántos terrones te estás tomando en tu bebida favorita?

**25 g**
**Sidral Mundet** manzana verde
**Tadicionales Mundet** mandarina
**Mirinda** naranja

**4 g**
**American Star** naranja
**Aurrera (1)** manzana
**Hipermart** toronja

**28 g**
**Power Punch** uva

**5 g**
**Aguafiel** naranja

Ahora, toma en cuenta que el estudio se hizo en una muestra de 200 mililitros. Actualmente, la presentación más pequeña de estas bebidas corresponde a 355 ml, por lo que la cantidad de azúcar que bebes es mayor. También date cuenta de que las bebidas con menos gramos de azúcar utilizan edulcorantes no calóricos. Saca tus cuentas y considéralo antes de decidir con qué acompañarás tu dieta diaria.

# El estudio

¿Sabes qué estás bebiendo? El Laboratorio Profeco sí. Para que tomes una mejor elección al momento de elegir con qué refrescarte –tomando en cuenta desde su aporte energético hasta la cantidad y tipo de aditivos que contiene cada producto–, se analizaron 15 bebidas saborizadas y 48 refrescos de distintos sabores.

Además de determinar el contenido neto, aporte calórico y presencia de azúcares, conservadores y edulcorantes no calóricos, se verificó que su etiquetado incluyera toda la información al consumidor que demanda la normatividad, aparte de la veracidad entre lo declarado y lo que contiene en realidad.

Para fines comparativos, los contenidos y costos se reportan por porción de 200 ml.

# Refrescos

Todos los resultados se reportan por porción de 200 ml.

| | **Hipermart** Toronja 3 litros $0.70 | **Aurrera** Manzana 3 litros (Proveedor 1**) $0.60 | **American Star** Naranja 355 ml $2.20 | **Aurrera** Naranja 3 litros $0.70 | **Ke Precio** Naranja 3 litros $0.70 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Información al consumidor** | Se encontró producto hasta con 2.3% menos del contenido neto declarado. | Completa | Completa | Completa | Completa |
| **Contenido de azúcares (g)** | **4** | **4** | **4** | **5** | **5** |
| **Aporte calórico (kcal)** | **16** | **16** | **16** | **20** | **20** |
| **Edulcorantes no calóricos (mg en 200 ml)** | Acesulfame K: **17** mg Aspartame: **52** mg | Acesulfame K: **28** mg Aspartame: **30** mg | Acesulfame K: **63** mg | Acesulfame K: **59** mg Aspartame: **28** mg | Acesulfame K: **61** mg Aspartame: **28** mg |
| **Conservadores* (mg/l)** | Benzoato de sodio: **287** mg/l | Benzoato de sodio: **135** mg/l | Benzoato de sodio: **242** mg/l | Benzoato de sodio: **229** mg/l | Benzoato de sodio: **230** mg/l |

* El Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios establece un máximo de 0.1% (1000 mg/l)

| | **Golden Hills** Naranja 3 litros $0.70 | **Golden Hills** Cola 3 litros $0.70 | **American Star** Cola 355 ml $2.20 | **Aurrera** Manzana 3 litros (Proveedor 2**) $0.70 | **Lulú** Naranja 3 litros $0.90 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Información al consumidor** | Contiene sacarina y no lo declara. Se encontró producto hasta con 2.7% menos del contenido neto declarado. | Contiene sacarina y benzoato de sodio y no los declara. Se encontró producto hasta con 2.3% menos del contenido neto declarado. | Completa | Completa | Completa |
| **Contenido de azúcares (g)** | **8** | **8** | **8** | **9** | **10** |
| **Aporte calórico (kcal)** | **32** | **32** | **32** | **36** | **40** |
| **Edulcorantes no calóricos (mg en 200 ml)** | Sucralosa: **14** mg Sacarina: **15** mg | Sucralosa: **11** mg Sacarina: **11** mg | Acesulfame K: **17** mg Aspartame: **29** mg | Acesulfame K: **16** mg Aspartame: **35** mg | Sucralosa: **14** mg Acesulfame: **15** mg |
| **Conservadores* (mg/l)** | Benzoato de sodio: **448** mg/l | Benzoato de sodio: **221** mg/l | No presenta | Benzoato de sodio: **396** mg/l | Benzoato de sodio: **180** mg/l |

* El Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios establece un máximo de 0.1% (1000 mg/l)

Costo por 200 ml del producto

| **Jarochito** Toronja 3.5 litros $0.70 | **Jarochito** Naranja 3.5 litros $0.70 | **Orange Crush** Naranja 600 ml $2.00 2 litros $1.00 | **Big Fresh** Manzana 3.03 litros $1.00 | **Crush** Mandarina 600 ml $2.00 | **Big Fresh** Naranja 3.03 litros $0.80 |
|---|---|---|---|---|---|
| Contiene edulcorantes que no declara (acesulfame y sacarina). Se encontró producto hasta con 3.4% menos del contenido neto declarado. | Contiene edulcorantes que no declara (acesulfame y sacarina). Se encontró producto hasta con 3.4% menos del contenido neto declarado. | Completa | Completa | Completa | Completa |
| **6** | **6** | **7** | **8** | **8** | **8** |
| **24** | **24** | **28** | **32** | **32** | **32** |
| Acesulfame K: **2** mg Sucralosa: **10** mg Sacarina: **17** mg | Acesulfame K: **3** mg Sucralosa: **10** mg Sacarina: **18** mg | Sucralosa: **34** mg | Acesulfame K: **23** mg Aspartame: **20** mg | Sucralosa: **8** mg | Acesulfame K: **24** mg Aspartame: **33** mg |
| Benzoato de sodio: **358** mg/l | Benzoato de sodio: **369** mg/L | Benzoato de sodio: **287** mg/l | Benzoato de sodio: **109** mg/l | Benzoato de sodio: **204** mg/l | Benzoato de sodio: **107** mg/l |

** La fabricación de los refrescos de la marca Aurrera se realiza a través de diferentes proveedores, identificados con 1 y 2.

| **Lulú** Manzana 3 litros $0.90 | **Dot** Cola 355 ml $2.20 | **Toni Col** Vainilla 600 ml $3.80 | **Schweppes** Ginger Ale 600 ml $2.40 335 ml $3.40 | **Canada Dry** Ginger Ale 600 ml $2.40 335 ml $3.40 | **Ke Precio** Manzana 3 litros $0.70 |
|---|---|---|---|---|---|
| Completa | Contiene edulcorantes que no declara (acesulfame y aspartame), y no incluye leyenda precautoria "Fenilcetonúricos: contiene fenilalanina". | Contiene sucralosa y no lo declara. | Completa | Completa | Completa |
| **11** | **14** | **16** | **17** | **18** | **18** |
| **44** | **56** | **64** | **68** | **72** | **72** |
| Sucralosa: **14** mg Acesulfame: **16** mg | Acesulfame K: **11** mg Aspartame: **5** mg | Sucralosa: **12** mg | No presenta | No presenta | Acesulfame K: **22** mg |
| Benzoato de sodio: **182** mg/l | Benzoato de sodio: **52** mg/l | Benzoato de sodio: **303** mg/l | Benzoato de sodio: **354** mg/l | Benzoato de sodio: **170** mg/l | Benzoato de sodio: **379** mg/l |

** La fabricación de los refrescos de la marca Aurrera se realiza a través de diferentes proveedores, identificados con 1 y 2.

# Refrescos (continuación)

Todos los resultados se reportan por porción de 200 ml.

| | **Soriana** Naranja 355 ml $2.30 | **Soriana** Cola 355 ml $2.30 | **Lift** Manzana roja 600 ml $2.40 | **Sprite** Lima-limón 600 ml $1.60 | **Fresca** Toronja 600 ml $2.60 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Información al consumidor** | Completa | Completa | Completa | Completa | Completa |
| **Contenido de azúcares (g)** | **19** | **19** | **20** | **20** | **20** |
| **Aporte calórico (kcal)** | **76** | **76** | **80** | **80** | **80** |
| **Edulcorantes no calóricos (mg en 200 ml)** | No presenta | No presenta | No presenta | No presenta | No presenta |
| **Conservadores* (mg/l)** | Benzoato de sodio: **223** mg/l | No presenta | Benzoato de sodio: **340** mg/l | Benzoato de sodio: **214** mg/l | Benzoato de sodio: **247** mg/l |

| | **7 Up** Lima-limón 600 ml $2.50 | **Squirt** Toronja 600 ml $2.50 2 litros $1.05 | **Jarritos** Mandarina 600 ml $1.80 | **Red Cola** Cola 600 ml $1.60 | **Selecto Brand** Cola 355 ml $2.60 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Información al consumidor** | Completa | Se encontró producto hasta con 4% menos del contenido neto declarado. | Contiene sorbato de potasio y no lo declara. | Completa | Completa |
| **Contenido de azúcares (g)** | **22** | **22** | **22** | **22** | **22** |
| **Aporte calórico (kcal)** | **88** | **88** | **88** | **88** | **88** |
| **Edulcorantes no calóricos (mg en 200 ml)** | No presenta | No presenta | No presenta | No presenta | No presenta |
| **Conservadores* (mg/l)** | Benzoato de sodio: **199** mg/l | No presenta | Benzoato de sodio: **81** mg/l Sorbato de potasio: **54** mg/l | No presenta | No presenta |

Recibe mensualmente en tu correo electrónico la Tecnología Doméstica, el Platillo Sabio, nuestros estudios de calidad y los precios del gas. Comunícate al **Teléfono del Consumidor** para suscribirte sin costo alguno. Llama al 5568 8722 desde el DF y área metropolitana, o al 01 800 468 8722 desde el resto del país.

Costo por 200 ml del producto

| **Sidral Mundet** Manzana 600 ml $2.80 | **Big Cola** Cola 500 ml $2.00 3.03 litros $1.00 | **Manzanita Sol** Manzana 600 ml $2.50 | **Dr Pepper** 355 ml $4.20 600 ml $2.30 | **Yoli** Limón 600 ml $2.60 | **Coca Cola** Cola 600 ml $2.60 |
|---|---|---|---|---|---|
| Contiene benzoato de sodio y no lo declara. | Completa | Completa | Completa | Completa | Completa |
| **20** | **20** | **21** | **21** | **21** | **21** |
| **80** | **80** | **84** | **84** | **84** | **84** |
| No presenta | No presenta | No presenta | No presenta | No presenta | No presenta |
| Benzoato de sodio: **195** mg/l | Benzoato de sodio: **39** mg/l | Benzoato de sodio: **326** mg/l | Benzoato de sodio: **253** mg/l | Benzoato de sodio: **303** mg/l | No presenta |

* El Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios establece un máximo de 0.1% (1000 mg/l)

| **Pepsi** Cola 600 ml $2.60 | **Fanta** Naranja 600 ml $2.40 | **Sangría Señorial** Sangría 600 ml $2.40 | **Selecto Brand** Naranja 355 ml $2.60 | **Sangría Casera** Sangría 600 ml $2.40 |
|---|---|---|---|---|
| Completa | Completa | Completa | Completa | Completa |
| **23** | **23** | **23** | **24** | **24** |
| **92** | **92** | **92** | **96** | **96** |
| No presenta | No presenta | No presenta | No presenta | No presenta |
| No presenta | Benzoato de sodio: **207** mg/l | Benzoato de sodio: **181** mg/l | Benzoato de sodio: **465** mg/l | Benzoato de sodio: **198** mg/l |

* El Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios establece un máximo de 0.1% (1000 mg/l)

## NORMATIVIDAD

Para el presente estudio se emplearon las siguientes normas como referencia:

**NOM-002-SCFI-1993**
Productos preenvasados – Contenido neto – Tolerancias y métodos de verificación.

**NOM-051-SCFI/SSA-2010**
Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados – Información comercial y sanitaria.

**NOM-086-SSA1-1994**
Alimentos y bebidas no alcohólicas con modificaciones en su composición. Especificaciones nutrimentales en refrescos.

# Refrescos (continuación)

Todos los resultados se reportan por porción de 200 ml.

Costo por 200 ml del producto

| | Sidral Aga<br>Manzana<br>2 litros<br>$3.20 | Jarritos<br>Manzana<br>600 ml<br>$1.80 | Mirinda<br>Naranja<br>600 ml<br>$2.50 | Sidral Mundet<br>Manzana verde<br>600 ml<br>$2.80 | Tradicionales Mundet<br>Mandarina<br>600 ml<br>$2.00 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Información al consumidor** | Contiene sorbato de potasio y no lo declara. | Contiene sorbato de potasio y no lo declara. | Completa | Completa | Incompleta (No declara información nutrimental). |
| **Contenido de azúcares (g)** | **24** | **24** | **25** | **25** | **25** |
| **Aporte calórico (kcal)** | **96** | **96** | **100** | **100** | **100** |
| **Edulcorantes no calóricos (mg en 200 ml)** | No presenta | No presenta | No presenta | No presenta | No presenta |
| **Conservadores* (mg/l)** | Benzoato de sodio: **90** mg/l<br>Sorbato de potasio: **58** mg/l | Benzoato de sodio: **83** mg/l<br>Sorbato de potasio: **57** mg/l | Benzoato de sodio: **140** mg/l | Benzoato de sodio: **196** mg/l | Benzoato de sodio: **224** mg/l |

* El Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios establece un máximo de 0.1% (1000 mg/l)

# Bebidas saborizadas

Todos los resultados se reportan por porción de 200 ml.

Costo por 200 ml del producto

| | Aguafiel<br>Fortificada<br>Naranja<br>500 ml<br>$1.40 | Chedraui D'Calidad<br>Naranja<br>3 litros<br>$0.70 | Chedraui D'Calidad<br>Cola<br>3 litros<br>$0.70 | Nestlé Pureza Vital<br>Extracto de jamaica<br>Reducida en azúcar<br>500 ml<br>$2.50 | Peñafiel<br>Agua mineral de manantial<br>Manzana<br>600 ml<br>$2.20 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Información al consumidor** | Completa | Contiene sacarina y no lo declara. | Contiene sacarina y no lo declara. | Completa | Completa |
| **Contenido de azúcares (g)** | **5** | **6** | **8** | **8** | **8** |
| **Aporte calórico (kcal)** | **20** | **24** | **32** | **32** | **32** |
| **Edulcorantes no calóricos en (mg en 200 ml)** | Sucralosa: **7** mg | Sucralosa: **16** mg<br>Sacarina: **16** mg | Sucralosa: **11** mg<br>Sacarina: **11** mg | Acesulfame K: **5** mg<br>Sucralosa: **10** mg | Sucralosa: **8** mg |
| **Conservadores* (mg/l)** | Benzoato de sodio: **210** mg/l<br>Sorbato de potasio: **214** mg/l | Benzoato de sodio: **454** mg/l | Benzoato de sodio: **218** mg/l | Benzoato de sodio: **138** mg/l<br>Sorbato de potasio: **341** mg/l | Benzoato de sodio: **229** mg/l |

* El Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios establece un máximo de 0.1% (1000 mg/l)

Los estudios de calidad e investigaciones realizados por **Profeco** pueden ser reproducidos por terceros siempre que lo sean en su totalidad y sin fines publicitarios o comerciales.

# Bebidas saborizadas (continuación)

Todos los resultados se reportan por porción de 200 ml.

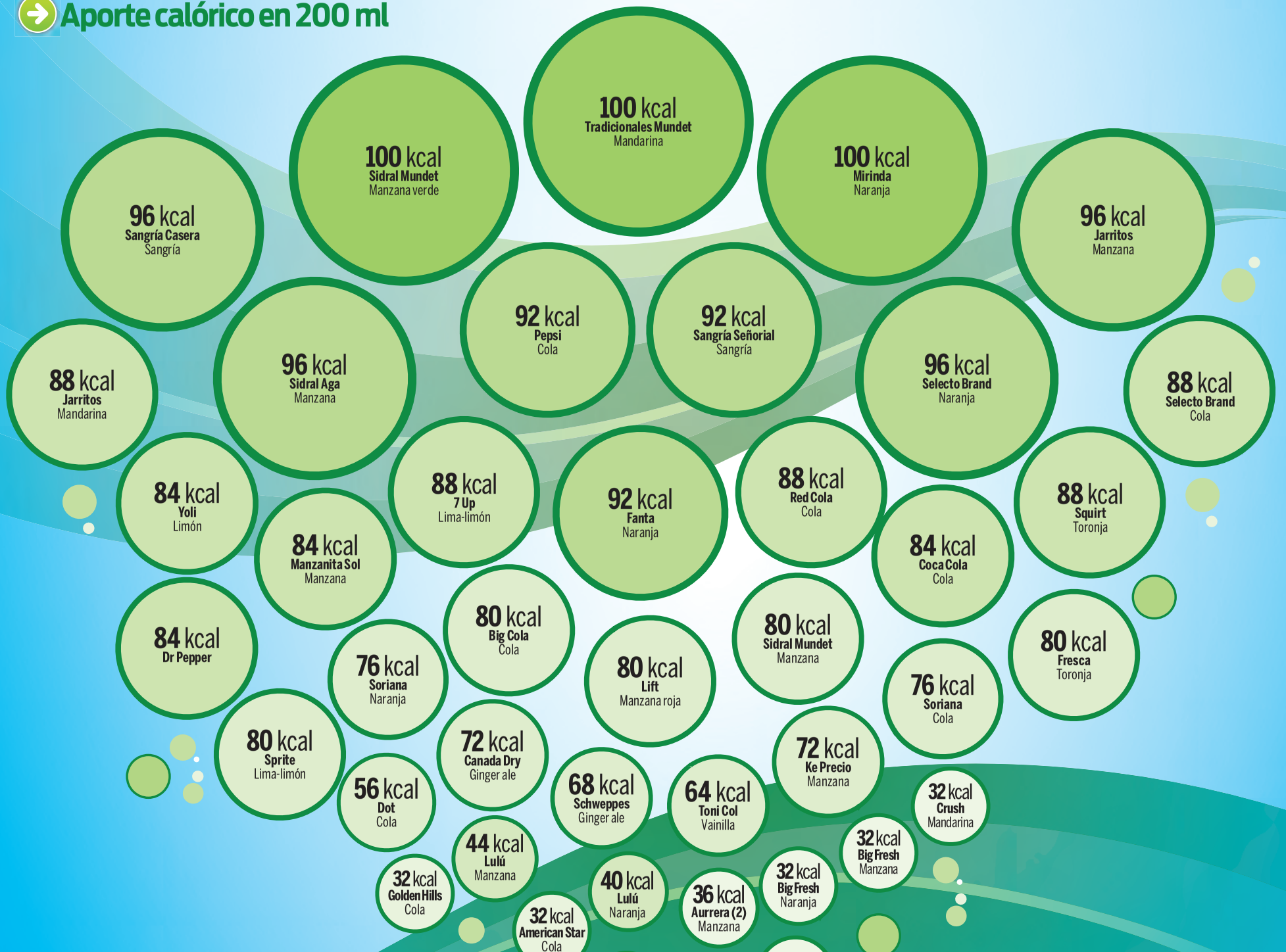
| | **Bonafont Levité** Manzana 1.5 litros $1.40 | **Bonafont Levité** Naranja 500 ml $2.90 | **Peñafiel** Agua mineral de manantial Naranja 600 ml $2.20 | **Mister Q Juicy** Fortificada Cítricos 600 ml $1.40 | **Electropura Aguas Frescas** Naranja Mandarina 3 litros $0.80 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Información al consumidor** | Completa | Completa | Completa | No justifica el uso de leyendas: "Adicionado con vitaminas B3, B12 y B6". | Completa |
| **Contenido de azúcares (g)** | **9.4** | **9.4** | **11** | **11** | **12** |
| **Aporte calórico (kcal)** | **38** | **38** | **44** | **44** | **48** |
| **Edulcorantes no calóricos en (mg en 200 ml)** | Stevia: **22** mg | Stevia: **22** mg | Sucralosa: **7** mg | Aspartame: **25** mg Acesulfame K: **11** mg | Acesulfame K: **22** mg |
| **Conservadores* (mg/l)** | Sorbato de potasio: **126** mg/l | Sorbato de potasio: **99** mg/l | Benzoato de sodio: **233** mg/l | Benzoato de sodio: **172** mg/l Sorbato de potasio: **139** mg/l | Benzoato de sodio: **106** mg/l Sorbato de potasio: **195** mg/l |

* El Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios establece un máximo de 0.1% (1000 mg/l).

| | **Electropura Aguas Frescas** Limón 3 litros $0.80 | **Mister Q Juicy** Fortificada Conga 600 ml $1.70 | **Arizona** Sandía 680 ml $2.80 | **Arizona** Mango 680 ml $2.80 | **Power Punch** Uva 600 ml $2.50 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Información al consumidor** | Completa | No justifica el uso de leyendas: "Adicionado con vitaminas B3, B12 y B6". | Completa | Completa | Contiene sorbato de potasio y no lo declara. |
| **Contenido de azúcares (g)** | **12** | **15** | **18** | **18** | **28** |
| **Aporte calórico (kcal)** | **48** | **60** | **72** | **72** | **112** |
| **Edulcorantes no calóricos en (mg en 200 ml)** | Acesulfame K: **19** mg | Acesulfame K: **29** mg | No presenta | No presenta | No presenta |
| **Conservadores* (mg/l)** | Benzoato de sodio: **143** mg/l Sorbato de potasio: **173** mg/l | Benzoato de sodio: **158** mg/l Sorbato de potasio: **150** mg/l | No presenta | No presenta | Benzoato de sodio: **268** mg/l Sorbato de potasio: **132** mg/l |

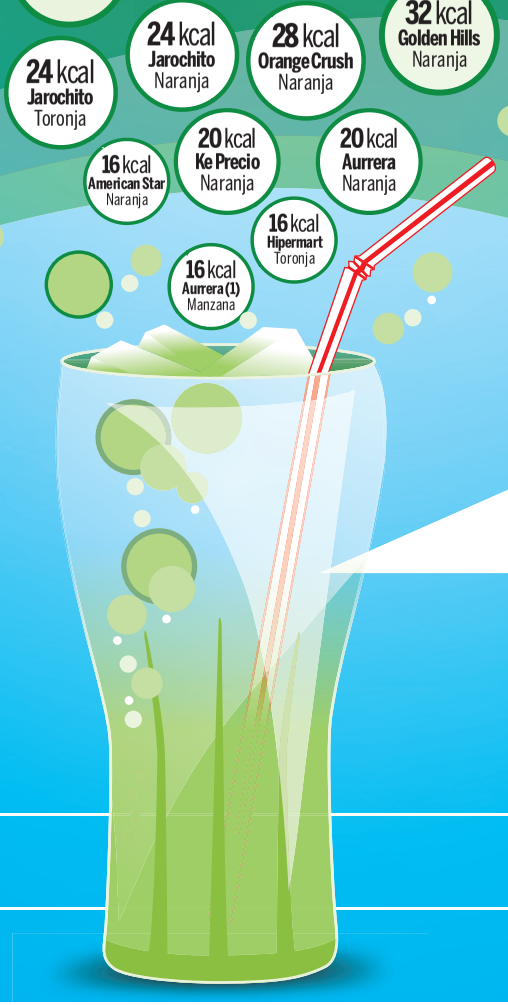
* El Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios establece un máximo de 0.1% (1000 mg/l).

# Aporte calórico en 200 ml



# Refrescos

contenido de azúcares y aporte calórico en 200 ml

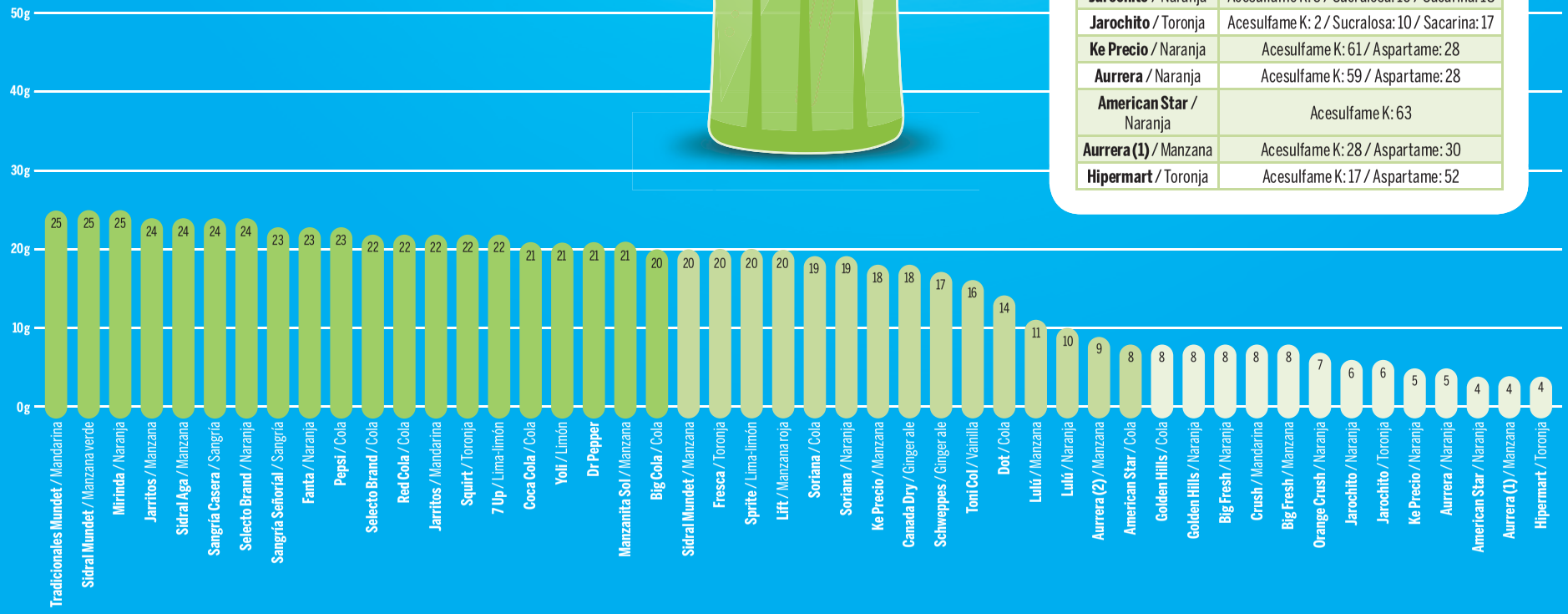



## Edulcorantes no calóricos

mg en 200 ml

| | |
|---|---|
| **Ke Precio** / Manzana | Acesulfame K: 22 |
| **Toni Col** / Vainilla | Sucralosa: 12 |
| **Dot** / Cola | Acesulfame K: 11 / Aspartame: 5 |
| **Lulú** / Manzana | Acesulfame K: 16 / Sucralosa: 14 |
| **Lulú** / Naranja | Acesulfame K: 15 / Sucralosa: 14 |
| **Aurrera (2)** / Manzana | Acesulfame K: 16 / Aspartame: 35 |
| **American Star** / Cola | Acesulfame K: 17 / Aspartame: 29 |
| **Golden Hills** / Cola | Sucralosa: 11 / Sacarina: 11 |
| **Golden Hills** / Naranja | Sucralosa: 14 / Sacarina: 15 |
| **Big Fresh** / Naranja | Acesulfame K: 24 / Aspartame: 33 |
| **Crush** / Mandarina | Sucralosa: 8 |
| **Big Fresh** / Manzana | Acesulfame K: 23 / Aspartame: 20 |
| **Orange Crush** / Naranja | Sucralosa: 34 |
| **Jarochito** / Naranja | Acesulfame K: 3 / Sucralosa: 10 / Sacarina: 18 |
| **Jarochito** / Toronja | Acesulfame K: 2 / Sucralosa: 10 / Sacarina: 17 |
| **Ke Precio** / Naranja | Acesulfame K: 61 / Aspartame: 28 |
| **Aurrera** / Naranja | Acesulfame K: 59 / Aspartame: 28 |
| **American Star** / Naranja | Acesulfame K: 63 |
| **Aurrera (1)** / Manzana | Acesulfame K: 28 / Aspartame: 30 |
| **Hipermart** / Toronja | Acesulfame K: 17 / Aspartame: 52 |

## Contenido de azúcares en 200 ml



# Bebidas saborizadas

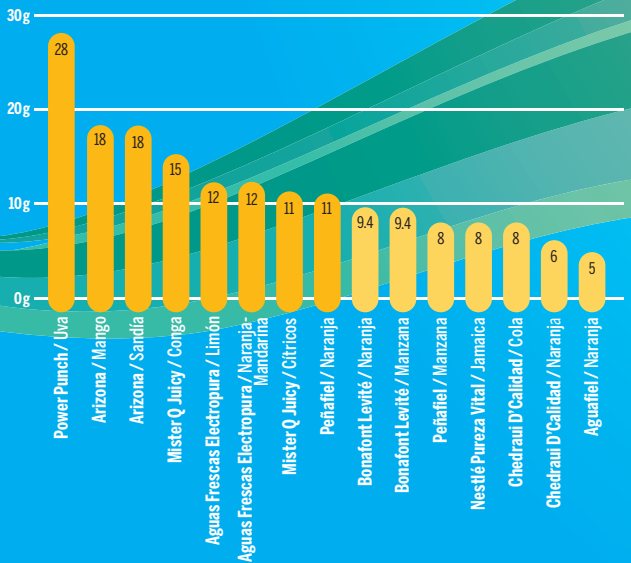
contenido de azúcares y aporte calórico en 200 ml

## Edulcorantes no calóricos

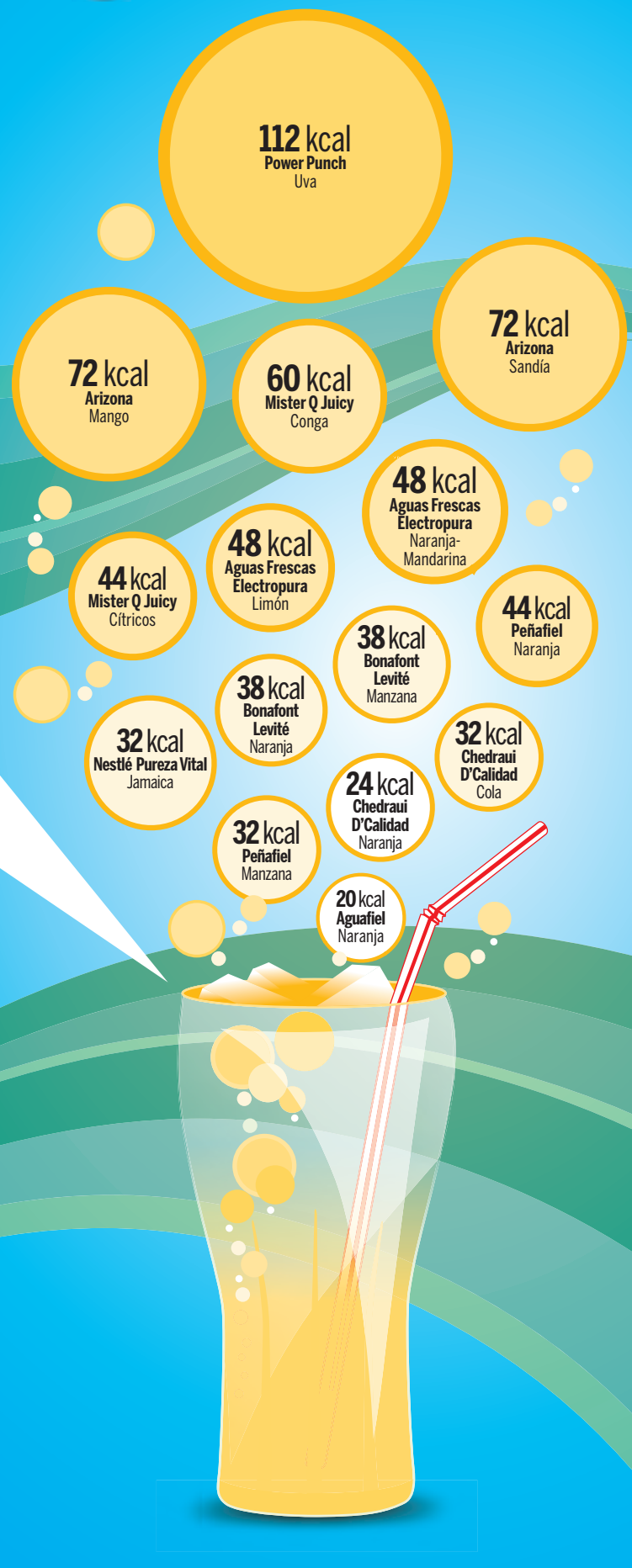
mg en 200 ml

| | |
|---|---|
| **Arizona** / Sandía | Sucralosa: 3 |
| **Mister Q Juicy** / Conga | Acesulfame K: 29 |
| **Aguas Frescas Electropura** / Limón | Acesulfame K: 19 |
| **Aguas Frescas Electropura** / Naranja-Mandarina | Acesulfame K: 22 |
| **Mister Q Juicy** / Cítricos | Aspartame: 25 / Acesulfame K: 11 |
| **Peñafiel** / Naranja | Sucralosa: 7 |
| **Bonafont Levité** / Naranja | Stevia: 22 |
| **Bonafont Levité** / Manzana | Stevia: 22 |
| **Peñafiel** / Manzana | Sucralosa: 8 |
| **Nestlé Pureza Vital** / Jamaica | Acesulfame K: 5 / Sucralosa: 10 |
| **Chedraui D'Calidad** / Cola | Sucralosa: 11 / Sacarina: 11 |
| **Chedraui D'Calidad** / Naranja | Sucralosa: 16 / Sacarina: 16 |
| **Aguafiel** / Naranja | Sucralosa: 7 |

## Contenido de azúcares en 200 ml




## Aporte calórico en 200 ml



# Lo que encontramos

**Presencia de azúcares.** Después del agua, el azúcar es el segundo ingrediente con mayor presencia en las bebidas saborizadas y refrescos. Dependiendo de cada marca, los contenidos varían entre 4 y 28 gramos de azúcares. Como podrá deducirse, los valores más bajos provienen de aquéllas que adicionan en su fórmula edulcorantes no calóricos.

**Aporte calórico.** Obviamente, está directamente ligado con el contenido de azúcares. En las marcas analizadas va de 16 a 112 kilocalorías.

**No declaran edulcorantes sintéticos.** Las bebidas saborizadas sabor cola y naranja Chedraui D'Calidad y sabor cola Dot, así como los refrescos sabor naranja y cola Golden Hills, de cola Dot, toronja y naranja Jarochito y de vainilla Toni Col, poseen edulcorantes sintéticos no calóricos que no declaran en su etiqueta.

**No declaran conservadores.** Los refrescos de sabor mandarina y manzana Jarritos, de manzana Sidral Mundet, de manzana Sidral Aga y de cola Golden Hills, así como la bebida sabor uva Power Punch, no declaran en su etiqueta la presencia de conservadores.

**No dan mililitros completos.** Los refrescos sabor toronja y naranja Jarochito, de toronja Hipermart, de naranja y cola Golden Hills y toronja Squirt ofrecen menos mililitros de los que declara su etiqueta.

**Precios.** En el estudio, las muestras de mayor volumen resultaron también las más baratas.

**Diferencias entre proveedores.** Existen productos que, aunque están signados por la misma marca, su aporte calórico y composición son distintos. Esto se debe a que su fabricación se realiza a través de diferentes proveedores. Este tipo de situaciones lo detectamos en el refresco sabor manzana Aurrera, que en las tablas aparece con las leyendas "Proveedor 1" y "Proveedor 2".

**Dentro de la norma.** Con respecto a los límites para el uso de edulcorantes en bebidas no alcohólicas que establece la Norma Oficial Mexicana NOM-086-SSA1-1994 – Bienes y servicios – Alimentos y bebidas no alcohólicas con modificaciones en su composición – Especificaciones nutrimentales; todos los productos analizados cumplen.

# Recomendaciones

**1** Revisar las etiquetas no está de más. En el caso de las bebidas saborizadas y refrescos, conviene fijarse en el aporte calórico y el contenido de azúcares, pues son el segundo ingrediente con mayor presencia después del agua. Hay que tener en mente que, por lo general, el etiquetado está declarado en porciones de 200 mililitros, a pesar de que el tamaño más pequeño corresponde a 355.

**2** ¿Sabes si está superando la IDA de edulcorantes? Revisa el contenido que reportamos en los productos de este estudio y calcula cuánto estás consumiendo. Recuerda que debes conocer tu peso para poder hacer el cálculo. (Al final del apartado "Un *zoom* a los edulcorantes" se explica cómo).

**3** Considera que si estás ingiriendo más calorías de las que "quemas", eres propenso a padecer obesidad. Aunque ningún alimento por sí solo es responsable del aumento de peso, el consumo excesivo de refrescos o bebidas saborizadas puede desequilibrar tu dieta considerablemente. Recuerda que todos los alimentos te aportan energía en mayor o menor medida.

**4** Si padeces diabetes, recuerda que estas bebidas contienen azúcares, y algunas, edulcorantes no calóricos. Si los consumes como un sustituto del azúcar, es recomendable que antes de tomarlos consultes a tu médico.

**5** Los refrescos de cola contienen cafeína. Una porción de 600 mililitros puede llegar a tener hasta 55 miligramos. Debes tener en mente esta cantidad si eres una persona sensible a este estimulante.

**6** Por razones nutrimentales, el consumo de bebidas saborizadas o refrescos no debe sustituir al consumo de alimentos de alta cantidad nutricional como, por ejemplo, la leche. Especialmente en el caso de los niños.

**7** Revisa la etiqueta, hay productos que no se ostentan como "light" o bajos en calorías, pero adicionan edulcorantes no calóricos.

**Notas al pie y fuentes:**

[1] De Schutter, Oliver. (2012). *Informe del Relator Especial sobre el derecho a la alimentación sobre su misión a México (13 a 20 de junio de 2011).* Organización de las Naciones Unidas: Consejo de Derechos Humanos. Consultado en http://www.srfood.org/images/stories/pdf/officialreports/20120306_mexico_es.pdf (Revisado el 2 de abril de 2012).
[2] Notimex. (2012). "Consumen mexicanos 163 litros de refresco al año". Consultado en http://eleconomista.com.mx/industrias/2011/09/05/consumen-mexicanos-163-litros-refresco-ano (Revisado el 2 de abril de 2012).
[3] Rodríguez, Ivet. (21 de julio de 2011). "Pan y refresco: la dieta mexicana". Consultado en http://www.cnnexpansion.com/manufactura/2011/07/21/mexicanos-comen-mucho-pan-y-refresco (Revisado el 2 de abril de 2012).
[4] Profeco. (2004). "¿Dulce alternativa? Edulcorantes artificiales". *Revista del Consumidor.* Abril de 2004. Número 326. México: Profeco.
[5] Food Info. Pontificia Universidad de Valaparaíso y Wageningen University. Consultado en http://www.food-info.net/ (Revisado el 2 de abril de 2012)
[6] Profeco. (2004). "¿Dulce alternativa? Edulcorantes artificiales".
[7] Food Info.
[8] Food Info.
[9] Profeco. (2004). "¿Dulce alternativa? Edulcorantes artificiales".
· García, Ricardo A. (Enero-marzo 2004). "Colorantes naturales en la industria en alimentos". *Revista Industria y Alimentos.* Año 6, No. 22. Consultado en http://www.revistaindustriayalimentos.com/r22/tecnologia.htm
· Profeco. (2003). "Consumo de Refrescos en México". *Revista del Consumidor.* Junio de 2003. Número 316. México: Profeco.

## Ventiladores eléctricos de uso doméstico

# Para que no te noquee

**El verano está a la vuelta de la esquina y, si no quieres pasar calores paralizantes, estás a tiempo de pensar cómo vas a mantener fresco tu hogar y ambiente de trabajo a bajo costo.**

Nadie puede negar que el clima en nuestro país se vuelve más extremo y hasta inusual año con año, debido a la presencia de periodos de intenso calor o frío en fechas que solían presentar un clima más templado.

Van algunos datos para los escépticos: apenas el año pasado, los habitantes de Paso Nacori, en Sonora, padecieron el registro de la temperatura más alta: alcanzaron los 49.1°C el 19 de junio. En el otro extremo, los termómetros de Santa Bárbara, Durango, marcaron -22.0°C el 28 de noviembre, que fue la temperatura mínima más baja en toda la República, de acuerdo con el Sistema Meteorológico Nacional (SMN).

Otro más: en abril de 2011, es decir, en plena primavera, 20 entidades del país registraron temperaturas arriba de los 35°C. En años anteriores, esos niveles eran normales... pero en verano.

El mismo SMN afirma que la temperatura media anual nacional se ha incrementado progresivamente desde 1993. En el 2011, la anomalía (o desviación respecto del promedio) fue entre uno y 3°C por arriba de la normal... y también sufrimos algunas de las sequías más severas en los últimos años.

Y esta situación no es exclusiva de México. La Organización Meteorológica Mundial indicó que las temperaturas globales en el 2011 fueron 0.40°C mayores al promedio del periodo 1961-1990.

Independientemente de que creas o no en el calentamiento global, estás a tiempo de anticiparte al verano, que está a la vuelta de la esquina, y dedicar un tiempo a pensar en la manera en que combatirás las altas temperaturas.

# el calor, ahuyéntalo

Si no quieres gastar grandes sumas de dinero en la compra, instalación y consumo de aires acondicionados, o si te preocupa la cuestión ambiental, tu solución es un ventilador. Este aparato es uno de los electrodomésticos que menos consumen energía, por lo que resulta una buena opción para combatir el calor a bajo costo.

Pero, cuidado, no solamente debes prestar atención a cuánto aire es capaz de generar; también hay que considerar su nivel de eficiencia, por lo que es imprescindible que compares y, así, asegures que tu compra sea la correcta.

Es importante subrayar que un ventilador no hace que descienda la temperatura del ambiente, es decir, no enfría el aire (a diferencia de otros métodos más sofisticados) pero, al desplazarlo a grandes velocidades, provoca una sensación de frescura en la piel.

Eso se debe a que el sistema de enfriamiento del cuerpo humano está basado en la evaporación del sudor. El movimiento del aire generado por un ventilador intensifica esta evaporación y, como resultado, nos sentimos más secos... y frescos.

El presente estudio de calidad no sólo te proporcionará la información relativa a la calidad y desempeño de los modelos de ventiladores con mayor presencia en el mercado nacional, sino también recomendaciones para que selecciones aquel modelo que mejor se adapte a tus necesidades y presupuesto.

En esta ocasión hemos analizado tres tipos de ventiladores eléctricos para uso en oficina y doméstico: tipo pedestal, de mesa y tipo torre.

- **De mesa:** consta de un cabezal que soporta un motor de corriente alterna con el que se mueven los álabes (aspas) que, al girar, provocan el movimiento del aire que está atrás de ellos hacia el frente. Una rejilla circular protege los álabes para evitar el contacto cuando estén en movimiento. El conjunto cabezal-álabes es soportado por una base que permite ajustar la dirección del flujo de aire, y cuyo giro oscila entre 60 y 100° aproximadamente. Los controles suelen ubicarse en la base.
- **De pedestal:** de construcción similar a los de mesa, se diferencian en que, entre su base y el conjunto cabezal-álabes, incluye un tubo telescópico que permite ajustar la altura del aparato. Sus controles

suelen posicionarse en la parte alta del tubo o directamente sobre el cabezal.

- **De torre:** consisten ena columna que en su parte interna inferior integra un motor de corriente alterna, el cual hace girar un cilindro –montado por arriba del motor– con paletas que mueven el aire desde atrás y hacia la abertura rectangular que se encuentra al frente. Sus controles suelen ubicarse en la parte superior de la columna. Acostumbran ofrecer un diseño con mayor cantidad de funciones y una estética más moderna.

Existen otros tipos, como los de piso, pero no se incluyen en este estudio, pues están diseñados para usarse en superficies más grandes, como tiendas y talleres, debido a que el desplazamiento de aire que logran es mayor que el de los otros tipos.

# El estudio

En total se analizaron 30 ventiladores; de ellos, 19 de tipo pedestal, cuatro de mesa (ambos de 40 centímetros de diámetro), y siete de tipo torre con salidas de aire desde pequeñas hasta grandes.

De este total, 12 ventiladores se fabrican en México, dos en Estados Unidos y 16 en China. Los 30 se comercializan en el mercado nacional.

## FICHA TÉCNICA

**REALIZACIÓN DEL ESTUDIO**
del 2 de diciembre de 2011
al 14 de marzo de 2012

**PERIODO DEL MUESTREO**
del 4 de enero
al 28 de febrero de 2012

**MARCAS / MODELOS ANALIZADOS**
**17 / 30**

**TOTAL DE PRUEBAS / ENSAYOS**
**240 / 4,620**

## ¿Qué buscamos?

Cada una de las muestras fue sometida a las siguientes pruebas:

### Información al consumidor

- Se verificó que tanto el empaque como la etiqueta del ventilador indicaran el tipo de producto, marca, modelo y características de alimentación eléctrica.
- Se revisó que la garantía estuviera en español y que indicara sus alcances y restricciones.
- Que incluyera un instructivo o manual de uso, el cual debe informar sobre el modo apropiado de operación, así como los cuidados y precauciones necesarias para su correcto uso.
- Salvo cinco ventiladores que ofrecen una garantía menor a 12 meses –duración mínima que se exige con base en la norma de referencia–, el resto de los modelos analizados cumplió con lo requerido.

### Consumo de potencia

Se midió la cantidad de energía (potencia medida en watts) que consume el ventilador para funcionar a su máxima capacidad bajo las condiciones normales de operación. Se verificó que ésta no variara en más de 20% respecto del valor marcado por el fabricante, de acuerdo con la norma obligatoria de seguridad para estos productos. No se encontraron desviaciones graves en ninguna de las muestras.

### Desplazamiento de aire máximo

Es la característica esencial de todo ventilador: el volumen de aire que es capaz de desplazar durante un periodo representativo de tiempo, que en esta prueba fue de un minuto. El resultado fue que, a mayor volumen de aire desplazado, tanto la velocidad del aire como la sensación térmica de estar a una temperatura más baja, se incrementan.

Sin embargo, existe un efecto colateral al flujo de aire: el ruido. A mayor flujo de aire, que es lo deseable en estos aparatos, se incrementa el ruido que genera. A pesar de ello, en todos los modelos analizados el nivel máximo de ruido que generan es tolerable.

Es importante señalar que en este apartado hay diferencias en el desempeño entre los ventiladores de mesa, de pedestal y de torre, inherentes a su diseño.

### Eficiencia

Es la cantidad de volumen de aire desplazado por cada watt consumido, mejor conocido como eficiencia del ventilador. Este valor se determina con base en el consumo de potencia demandado por el ventilador al funcionar a la máxima velocidad. En el caso de que la eficiencia sea alta, significa que el ventilador logra un mayor desplazamiento de aire con menos cantidad de energía. No obstante, hay que tener en cuenta que el ventilador más eficiente no necesariamente es el que genera el mayor volumen de aire desplazado, pues también se refiere al consumo de energía, que repercute en nuestros bolsillos.

### Ángulo de oscilación

En lo que se refiere a los ventiladores de mesa y pedestal, se midió el ángulo máximo –de izquierda a derecha y viceversa– que presenta el recorrido total del cabezal que sostiene los álabes. Para los ventiladores tipo torre, este valor indica el ángulo de giro máximo de la columna que sostiene al ventilador.

### Efectividad del control de velocidad

Es importante que el ventilador ofrezca un buen desplazamiento de aire, pero también que, cuando queramos reducir su velocidad, esa disminución sea perceptible. Para ello, se verificó que la diferencia entre las velocidades fuera distinguible, en función del volumen de aire desplazado.

### Seguridad mecánica y eléctrica

Tomando como base la norma obligatoria de seguridad que aplica a estos aparatos, se llevaron a cabo pruebas para determinar que no presentaran riesgos mecánicos, como propensión a volcaduras y acceso con los dedos a sus álabes.

También se verificó que no presentaran riesgos eléctricos: posibilidad de recibir descargas eléctricas o sobrecalenta-

mientos debidos a un calibre inadecuado del cordón de alimentación respecto de la corriente eléctrica que demanda. Tres modelos no cumplieron con la norma; en las tablas te indicamos cuáles.

## Atributos

En este estudio te señalamos las principales características y funciones con que cuenta cada uno de los modelos de ventiladores analizados. Analízalos, para que, en tiempos de calor, no sudes la gota gorda y elijas el que más te convenga.

## Normatividad

**NOM-024-SCFI-1998**
Información comercial para empaques, instructivos y garantías de los productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos.

**NOM-008-SCFI-2002**
Sistema General de Unidades de Medida.

**NOM-003-SCFI-2000**
Productos eléctricos – Especificaciones de seguridad.

**NMX-J-521/1-ANCE-2005**
Aparatos electrodomésticos y similares – Seguridad Parte 1: Requisitos generales.

**NMX-J-521/2-80-ANCE-2008**
Seguridad en aparatos electrodomésticos – Parte 2-80: Requisitos particulares para ventiladores.

**NMX-J-196/2-1984**
Productos eléctricos – Requisitos de funcionamiento en ventiladores eléctricos de corriente alterna y controles de velocidad.

# Ventiladores de mesa

| Marca / Modelo / País de origen / Garantía | Tienda donde se vende | Consumo de potencia en watts (medida) | Información al consumidor | Desplazamiento de aire | Eficiencia | Efectividad del control de velocidad | Seguridad | Evaluación global | ATRIBUTOS a | ATRIBUTOS b |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Man** LM-2116 México 1 año | Viana Elektra | 100 | Completa | E | E | E | ✓ | E | 3 | 82º |
| **Sears Kenmore** LM-2116 México 1 año | Sears | 100 | Completa | E | E | E | ✓ | E | 3 | 83º |
| **Record** LM-2116 México 2 años | Coppel | 100 | Completa | E | E | MB | ✓ | E | 3 | 83º |
| **Birtman** Ultravent UB-2140M México 1 año | Coppel | 100 | Completa | E | E | MB | ✓ | E | 3 | 82º |

**ATRIBUTOS**

**a** = número de velocidades

**b** = ángulo máximo de oscilación

| SIMBOLOGÍA | ✓ Cumple | ✗ No cumple | E = Excelente | MB = Muy Bien | B = Bueno | R = Regular | P = Pobre |
|---|---|---|---|---|---|---|---|

# Ventiladores de pedestal

| Marca / Modelo / País de origen / Garantía | Tienda donde se vende | Consumo de potencia en watts (medida) | Información al consumidor | Desplazamiento de aire | Eficiencia | Efectividad del control de velocidad | Seguridad | Evaluación global | ATRIBUTOS | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | | a | b | c | d | otro |
| **Man** LP-2016 México 1 año | Viana Elektra | 100 | Completa | E | E | MB | ✓ | E | 3 | 92° | | | |
| **Record** LP-2016 México 2 años | Coppel | 100 | Completa | E | E | MB | ✓ | E | 3 | 87° | | | |
| **Sears Kenmore** LP-2016 México 1 año | Sears | 100 | Completa | E | E | MB | ✓ | E | 3 | 87° | | | |
| **Birtman** Ultravent UB-2016P México 1 año | Liverpool Mosqueta | 100 | Completa | E | E | MB | ✓ | E | 3 | 88° | | | |
| **Man Navia** VPN-116 México 1 año | Elektra Coppel Sears Chedraui | 50 | Completa | E | E | R | ✓ | MB | 3 | 96 ° | | | |
| **North Pole** FS-40E China 3 meses | Chedraui | 50 | La garantía no cumple, debe ofrecer 1 año | MB | E | MB | ✓ | MB | 3 | 83 ° | | | |
| **Gmerit** FS40B China 1 año | Walmart | 45 | Completa | MB | E | B | ✓ | MB | 3 | 80 ° | | | |
| **WinDance** RD40-R China 1 año | Bodega Aurrera Walmart | 50 | Completa | MB | E | B | ✓ | MB | 3 | 88 ° | | | |
| **Fan Star** 3169 México 1 año | Comercial Mexicana | 50 | Completa | B | MB | MB | ✓ | MB | 3 | 99 ° | | | |
| **Mytek** 3141 México 1 año | Comercial Mexicana | 50 | Completa | B | MB | MB | ✓ | MB | 3 | 99° | | | |

**SIMBOLOGÍA** ✓ Cumple | ✗ No cumple | E = Excelente | MB = Muy Bien | B = Bueno | R = Regular | P = Pobre

# Ventiladores de pedestal (continuación)

| Marca / Modelo / País de origen / Garantía | Tienda donde se vende | Consumo de potencia en watts (medida) | Información al consumidor | Desplazamiento de aire | Eficiencia | Efectividad del control de velocidad | Seguridad | Evaluación global | ATRIBUTOS a | b | c | d | otro |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Bionaire** BMSF-1622S China 1 año | Sears Best Buy Coppel Comersa Chedraui | 70 | Completa | B | B | MB | ✓ | MB | 3 | 103° | ✓ | 8 h | * |
| **Birtman** BL-16E EU 1 año | Liverpool Palacio de Hierro | 70 | Completa | B | B | MB | ✓ | MB | 3 | 89° | | | |
| **North Pole** BFD-1 China 3 meses | Chedraui | 50 | La garantía no cumple, debe ofrecer 1 año | MB | E | R | ✓ | B | 3 | 88° | | | |
| | | | | Este modelo presenta una baja calidad en su ensamble y materiales | | | | | | | | | |
| **Naoki** EE90637G China 3 meses | Comercial Mexicana | 40 | La garantía no cumple, debe ofrecer 1 año | B | E | B | ✓ | B | 3 | 81° | | | |
| | | | | Este modelo presenta una baja calidad en su ensamble y materiales | | | | | | | | | |
| **Lasko** 3726S EU 1 año | Walmart Bodega Aurrera | 50 | Completa | B | B | B | ✓ | B | 3 | 93° | | | |
| **ekt** EVH-1601 China 13 meses | Salinas y Rocha Elektra | 50 | Completa | B | B | R | ✓ | B | 3 | 78° | | | |
| **Evercool** LF-16SF China 1 año | Home Depot | 50 | Completa | MB | E | R | ✗ | No reco-mendable | 3 | 93 ° | | | |
| | | | | Este no cumple con la norma de seguridad NOM-003-SCFI-2000 (1) | | | | | | | | | |
| **Vencool** VC326 México 1 año | Home Depot | 50 | Completa | MB | E | P | ✗ | No reco-mendable | 3 | 95 ° | | | |
| | | | | Este no cumple con la norma de seguridad NOM-003-SCFI-2000 (1) | | | | | | | | | |
| **North Pole** FD-40A China 1 año | Chedraui | 45 | Completa | MB | E | MB | ✗ | No reco-mendable | 3 | 89 ° | | | |
| | | | | Este no cumple con la norma de seguridad NOM-003-SCFI-2000 (1) | | | | | | | | | |

**ATRIBUTOS**

**a** = número de velocidades

**b** = ángulo máximo de oscilación

**c** = incluye control remoto

**d** = temporizador de apagado automático (se indica el número máximo de horas programable)

***** = Acepta plaquitas repelentes de mosquitos (adquiribles por separado)

# Ventiladores de torre

**ATRIBUTOS**

**a** = número de velocidades

**b** = ángulo máximo de oscilación

**c** = incluye control remoto

**d** = temporizador de apagado automático (se indica el número máximo de horas programable)

**e** = pantalla que indica sus funciones activas, así como la temperatura ambiente

**f** = área de la salida del aire en $cm^2$

**g** = altura máxima (hasta el borde superior de la salida de aire en cm

| Marca / Modelo / País de origen / Garantía | Tienda donde se vende | Consumo de potencia en watts (medida) | Información al consumidor | Desplazamiento de aire | Eficiencia | Efectividad del control de velocidad | Seguridad | Evaluación global | ATRIBUTOS | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | | a | b | c | d | e | f | g |
| **Man Navia** VTM-012 China 1 año | Elektra Coppel Sears Chedraui | 45 | Completa | E | E | B | ✓ | MB | 3 | 85° | ✓ | 8 h | ✓ | 352.5 | 73 |
| **Bionaire** BT-38 China 1 año | Sears Best Buy Chedraui Famsa Viana Home Depot | 50 | Completa | E | MB | B | ✓ | MB | 3 | 99° | | 2 h | | 315 | 62 |
| **Birtman** BT-42 China 1 año | Liverpool Palacio de Hierro | 45 | Completa | E | E | R | ✓ | MB | 3 | 73° | ✓ | 12 h | ✓ | 357.5 | 93.5 |
| **Man Navia** VTM-003 China 1 año | Elektra Coppel Sears Chedraui | 35 | Completa | MB | MB | E | ✓ | MB | 6 | 360° | ✓ | 12 h | ✓ | 352.5 | 113 |
| **Naoki** EE90564G China 3 meses | Comercial Mexicana | 35 | La garantía no cumple, debe ofrecer 1 año | MB | MB | MB | ✓ | MB | 3 | 76° | | 2 h | | 329 | 69 |
| **WinGlobal** TF-2006-R China 1 año | Walmart | 40 | Completa | MB | E | P | ✓ | R | 3 | 86° | ✓ | 8 h | | 428 | 70 |
| **North Pole** FZ3048QR China 3 meses | Chedraui | 45 | La garantía no cumple, debe ofrecer 1 año | R | R | E | ✓ | R | 3 | 70° | ✓ | 4 h | | 299 | 64 |

**SIMBOLOGÍA** ✓ Cumple | ✗ No cumple | E = Excelente | MB = Muy Bien | B = Bueno | R = Regular | P = Pobre

# Conclusiones y recomendaciones generales

**Para seleccionar correctamente tu nuevo ventilador, es preciso comprender una importante característica de diseño, la cual necesariamente impacta sobre su desempeño: la forma en que desplaza el aire**. Por lo anterior, la calificación otorgada al volumen de aire desplazado por los ventiladores de mesa y pedestal son comparables entre sí, pero no con el volumen que proporcionan los ventiladores de torre. Te damos más detalles:

- El flujo de aire que genera un ventilador de mesa o de pedestal es similar a un cilindro circular que se expande conforme se aleja de las álabes. Debido a esta característica, habitualmente desplazan un volumen de aire mayor que los ventiladores de torre, siendo más adecuados para "refrescar" toda una habitación.
- En contraposición, el flujo de aire generado por uno de torre es muy distinto, más parecido a una cortina vertical que se puede desplazar de izquierda a derecha y viceversa. Obedeciendo a este diseño, aunque tienen la ventaja de lograr un buen efecto refrescante mediante un menor volumen de aire desplazado y, por consiguiente, menor cantidad de ruido, es importante tener presente que lo consiguen solamente por zonas y no en toda una habitación.

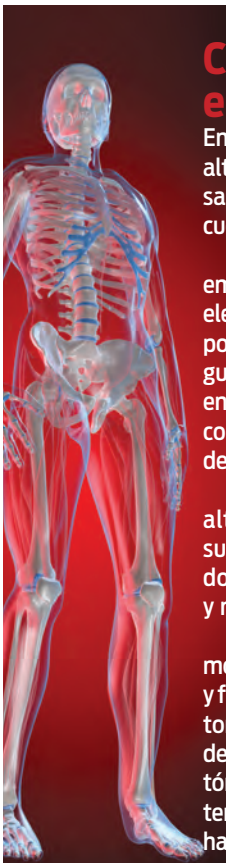
**Por lo general, los ventiladores de torre suelen ofrecer mayor cantidad de funciones y características que los de mesa y pedestal.** Destacan la inclusión de un control remoto, pantalla para visualizar las funciones activas, temporizador de apagado automático, así como varios modos de operación, como el que permite su uso durante la noche mediante un flujo de aire muy ligero y confortable para dormir.

**El ventilador de torre modelo VTM-003 de la marca Man Navia destaca dentro de su categoría** porque tiene la posibilidad de ajustar ligeramente su altura, aparte de que puede girar sobre su propio eje hasta 360°.

**El ventilador de pedestal modelo BMSF-1622S de la marca Bionaire se caracteriza por ser el único que ofrece control remoto**, temporizador de apagado automático y ranura para insertarle una plaquita repelente de mosquitos (disponibles en tiendas de autoservicio).

**Los ventiladores de pedestal de la marca Naoki modelo EE90637G y de la marca North Pole modelo BFD-1 presentan baja calidad en sus ensambles y materiales**. Sin embargo, esto no representa un riesgo en su uso, pero en el mediano plazo generará ruidos y vibraciones molestos. Incluso, al modelo de Naoki las gomas antiderrapantes de las patas tienen tendencia a salirse.

**Los ventiladores de pedestal de las marcas Evercool y Vencool presentan el riesgo de permitir el acceso a sus álabes con los dedos**. Este factor lo hace incumplir la norma de seguridad aplicable. Igualmente la incumple el ventilador de pedestal de la marca North Pole modelo FD-40A, pues se vuelca.



## Cuidado con el golpe de calor

En esta temporada, la exposición a altas temperaturas puede sobrepasar la capacidad de adaptación del cuerpo humano al entorno.

El golpe de calor se considera una emergencia médica, y consiste en la elevación de la temperatura corporal por una falla en el sistema termorregulador. Puede provocar alteraciones en el sistema nervioso central como confusión mental, estupor y pérdida de conciencia.

Los síntomas son temperatura alta, piel roja, caliente y seca (sin sudor), labios secos, pulso elevado, fuerte dolor de cabeza, mareos y náuseas.

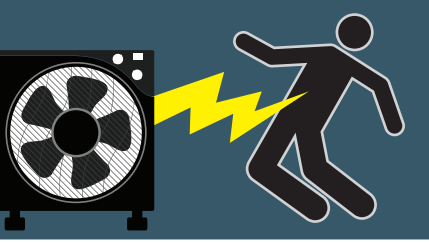
Lo primero que hay que hacer es mover a la persona a un lugar fresco y fuera del alcance del Sol. Si los síntomas son leves, ayuda la aplicación de compresas frías en cabeza, cuello, tórax, brazos y muslos para bajar la temperatura corporal y, si lo tolera, hay que beber líquidos.

## LO QUE EL VIENTO SE LLEVÓ...

En el anterior estudio de ventiladores, publicado en junio de 2008, se analizaron 26 modelos de 16 marcas que se comercializaban en el país. Entre las conclusiones de ese estudio se encontró que tres de esos modelos incumplían las normas de seguridad y podían representar un riesgo para los usuarios.

A raíz de estos resultados, **Profeco** inició ese mismo mes un procedimiento de verificación en todo el país. Después de verificar 7 mil ventiladores de pedestal, torre y mesa, el operativo detectó que, de 93 modelos que se comercializaban en ese entonces, 34 presentaron incumplimientos a las normas de seguridad, como falta de estabilidad en la base del ventilador, inadecuado calibre del cable y rejillas con más separación de lo que establece la norma de seguridad.

Por esta razón, mil 451 aparatos fueron retirados del mercado. De los productos inmovilizados, 26 modelos eran importados de China, cinco fabricados en México y tres provenientes de Estados Unidos.



## RECOMENDACIONES DE COMPRA

### Antes de adquirir tu nuevo ventilador, toma en cuenta lo siguiente:

Los ventiladores de torre ciertamente ofrecen, por lo general, una mayor cantidad de atributos, sin embargo, éstos influyen notablemente en su precio. En cambio, la mayoría de los modelos de ventiladores de pedestal –que son muy básicos– suelen costar mucho menos. Analiza si en realidad necesitas esos atributos extra y compara precios.

No olvides que una buena decisión de compra no sólo contempla lo anterior, sino también el nivel de desempeño del ventilador, cuyo resultado podrás constatar en las tablas de resultados. Así evitarás adquirir un ventilador con muchas funciones o muy barato, pero con flujo de aire muy bajo.

Ya que los ventiladores se venden desarmados, cerciórate de que en su caja se incluyan todas sus partes de acuerdo con lo indicado en el manual o instructivo de uso. Cuando lo ensambles, sigue las instrucciones al pie de la letra, para evitar comprometer la seguridad del aparato durante su funcionamiento.

Guarda tu ticket de compra, instructivo y garantía del aparato para futuras referencias. Si vives en una comunidad apartada, verifica la dirección de los centros de servicio más cercanos. Esta información viene en la garantía o anexa a ella; tómala en consideración, pues existen marcas cuyos talleres de servicio pueden estar retirados.

Adquiere tu ventilador, así como cualquier electrodoméstico y aparato electrónico, en tiendas del comercio establecido. Comprarlos en el comercio informal puede resultar en dificultades en el servicio de garantía y/o refacciones e, incluso, pueden presentar algún riesgo de seguridad.

## RECOMENDACIONES DE USO

### Como todo aparato electrodoméstico y electrónico, para disfrutar de él con seguridad, hay que seguir algunas sencillas recomendaciones:

Evita que los niños jueguen con él, ya sea insertando lápices u otros objetos extraños hacia los álabes, cuando está funcionando.

No lo coloques en superficies muy inclinadas o inestables.

No lo uses si no tiene instalada su rejilla protectora.

Todos los ventiladores son para uso en interiores, si ocasionalmente lo utilizas en exteriores, como terrazas, asegúrate de que, ante la posibilidad de una lluvia repentina, no exista posibilidad de que se moje, ya que existe el riesgo de un daño al ventilador y a la instalación eléctrica de tu casa.

Puedes limpiar los álabes cuando éstos se llenen de mucho polvo. Sólo recuerda que, previamente, debes desconectar el ventilador del tomacorriente y retirar la rejilla protectora.

No te pierdas en el próximo número los **estudios de calidad de queso oaxaca y cafeteras** realizados por el Laboratorio Profeco.

## Precios mínimos y máximos de ventiladores de pedestal, de torre y de mesa en la Ciudad de México y zona metropolitana, León y Morelia

Precios levantados del 27 de marzo al 10 de abril de 2012

| Marca / Modelo | Ciudad de México y zona metropolitana | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Precio mínimo o único | Tienda | Precio máximo | Tienda |
| **Ventiladores de pedestal** | | | | |
| Man / LP-2016 / México / 1 año | $811 | Ferretería y regalos La Universal | $976 | Viana (Tacubaya) |
| Record / LP-2016 / México / 2 años | $1,049 | Coppel | --- | --- |
| Sears Kenmore / LP-2016 / México / 1 año* | --- | --- | --- | --- |
| Birtman / Ultravent UB-2016P / México / 1 año | $989 | Liverpool (Centro / Galerías Coapa / Perisur / Polanco) | --- | --- |
| Man Navia / VPN-116 / México / 1 año* | --- | --- | --- | --- |
| North Pole / FS-40E / China / 3 meses | $395 | Chedraui (Coapa) | --- | --- |
| Gmerit / FS40B / China / 1 año | $259 | Walmart (Miramontes) | --- | --- |
| WinDance / RD40-R / China / 1 año | $257 | Bodega Aurrera (Villa Coapa) | --- | --- |
| Fan Star / 3169 / México / 1 año | $299 | Soriana | $338 | Comercial Mexicana / Mega Comercial Mexicana (Arboledas / Mixcoac / Pilares) |
| Mytek / 3141 / México / 1 año | $369 | Home Depot | $399 | Famsa |
| Bionaire / BMSF-1622S / China / 1 año | $899 | Elektra (Plaza Aragón) | $1,159 | Coppel |
| Birtman / BL-16E / EU / 1 año | $557 | Liverpool (Ecatepec / Galerías Coapa / Satélite) | --- | --- |
| North Pole / BFD-16 / China / 3 meses | $245 | Chedraui (Coapa / Polanco / Universidad) | $257 | Chedraui |
| Naoki / EE90637G / China / 3 meses | $248 | Comercial Mexicana / Mega Comercial Mexicana (Mixcoac / Pilares) | --- | --- |
| Lasko / 3726S / EU / 1 año | $329 | Bodega Aurrera / Walmart (Acoxpa / Miramontes / Universidad) | --- | --- |
| EKT / EVH-1601 / China / 13 meses | $299 | Elektra (Plaza Aragón) | --- | --- |
| Evercool / LF-16SF / China / 1 año | $269 | Home Depot | --- | --- |
| Vencool / VC326 / México / 1 año | $489 | Soriana | $545 | Home Depot |
| North Pole / FD-40A / China / 1 año | $265 | Chedraui (Coapa) | --- | --- |
| **Ventiladores de torre** | | | | |
| Man Navia / VTM-012 / China / 1 año | $1,399 | Almacenes Ánfora / El Rey de Corregidora | $1,561 | Viana (Matriz / Tacubaya) |
| Bionaire / BT-38 / China / 1 año | $615 | El Rey de Corregidora | $699 | Distribuidora de Home Store |
| Birtman / BT-42 / China / 1 año | $1,112 | Liverpool (Centro / Ecatepec / Galerías Coapa / Satélite) | $1,359 | El Palacio de Hierro (Centro / Perisur / Satélite) |
| Man Navia / VTM-003 / China / 1 año | $1,865 | Cristalería Mónaco | $2,299 | Coppel (Azcapotzalco) |
| Naoki / EE90564G / China / 3 meses | $528 | Mega Comercial Mexicana (Arboledas / Mixcoac / Pilares) | --- | --- |
| WinGlobal / TF-2006-R / China / 1 año | $590 | Walmart (Acoxpa / Miramontes / Plaza Aragón / Universidad) | --- | --- |
| North Pole / FZ3048QR / China / 3 meses | $895 | Chedraui (Coapa) | --- | --- |
| **Ventiladores de mesa** | | | | |
| Man / LM-2116 / México / 1 año* | --- | --- | --- | --- |
| Sears Kenmore / LM-2116 / México / 1 año* | --- | --- | --- | --- |
| Record / LM-2116 / México / 2 años | $839 | Coppel | --- | --- |
| Birtman / Ultravent / UB-2140M/ México / 1 año* | --- | --- | --- | --- |

* No se encontró el producto en las tiendas visitadas para la recopilación de precios.
Nota: Las direcciones de los establecimientos que se muestran en el cuadro, puede solicitarlas en el teléfono 5625 6700 ext. 1621 o en el correo **quienesquien@profeco.gob.mx**

## Precios mínimos y máximos de ventiladores de pedestal, de torre y de mesa en la Ciudad de México y zona metropolitana, León y Morelia

Levantados del 27 de marzo al 10 de abril de 2012

| Marca / Modelo | León | | | | Morelia | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Precio mínimo o único | Tienda | Precio máximo | Tienda | Precio mínimo o único | Tienda | Precio máximo | Tienda |
| **Ventiladores de pedestal** | | | | | | | | |
| Man / LP-2016 / México / 1 año | $888 | Ryse | $899 | Elektra | $759 | Muebles del Ángel | $899 | Salinas y Rocha |
| Record / LP-2016 / México / 2 años | $1,049 | Coppel | --- | --- | $1,049 | Coppel | --- | --- |
| Sears Kenmore / LP-2016 / México / 1 año* | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Birtman / Ultravent UB-2016P / México / 1 año | $989 | Fábricas de Francia | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Man Navia / VPN-116 / México / 1 año* | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| North Pole / FS-40E / China / 3 meses | $395 | Chedraui | --- | --- | $395 | Chedraui | --- | --- |
| Gmerit / FS40B / China / 1 año | --- | --- | --- | --- | $259 | Walmart | --- | --- |
| WinDance / RD40-R / China / 1 año | $257 | Bodega Aurrera | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Fan Star / 3169 / México / 1 año | $299 | Soriana | $338 | Comercial Mexicana (Insurgentes) / Mega Comercial Mexicana | --- | --- | --- | --- |
| Mytek / 3141 / México / 1 año | $369 | Electro Muebles / Home Depot | $388 | Comercial Mexicana (Insurgentes) | $349 | Electro Muebles | $388 | Comercial Mexicana (Centro) |
| Bionaire / BMSF-1622S / China / 1 año | $1,062 | Sears | $1,159 | Coppel | $1,159 | Coppel | --- | --- |
| Birtman / BL-16E / EU / 1 año | $557 | Fábricas de Francia | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| North Pole / BFD-16 / China / 3 meses | $245 | Chedraui | --- | --- | $245 | Chedraui | --- | --- |
| Naoki / EE90637G / China / 3 meses | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Lasko / 3726S / EU / 1 año | $329 | Bodega Aurrera / Walmart | --- | --- | $329 | Bodega Aurrera / Walmart | --- | --- |
| EKT / EVH-1601 / China / 13 meses | --- | --- | --- | --- | $299 | Salinas y Rocha | --- | --- |
| Evercool / LF-16SF / China / 1 año | $259 | Home Depot | --- | --- | $279 | Home Depot | --- | --- |
| Vencool / VC326 / México / 1 año | $409 | Ley | $545 | Home Depot | $545 | Home Depot | --- | --- |
| North Pole / FD-40A / China / 1 año | --- | --- | --- | --- | $265 | Chedraui | --- | --- |
| **Ventiladores de torre** | | | | | | | | |
| Man Navia / VTM-012 / China / 1 año | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Bionaire / BT-38 / China / 1 año | $629 | Viana | $654 | Ryse | --- | --- | --- | --- |
| Birtman / BT-42 / China / 1 año | $1,112 | Fábricas de Francia | --- | --- | $1,112 | Liverpool (Morelia) | --- | --- |
| Man Navia / VTM-003 / China / 1 año | $2,252 | Sears | $2,299 | Coppel | $2,299 | Coppel | --- | --- |
| Naoki / EE90564G / China / 3 meses | $528 | Comercial Mexicana (Insurgentes) | --- | --- | $528 | Comercial Mexicana (Centro) / Mega Comercial Mexicana | --- | --- |
| WinGlobal / TF-2006-R / China / 1 año | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| North Pole / FZ3048QR / China / 3 meses | $895 | Chedraui | --- | --- | $895 | Chedraui | --- | --- |
| **Ventiladores de mesa** | | | | | | | | |
| Man / LM-2116 / México / 1 año* | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Sears Kenmore / LM-2116 / México / 1 año* | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Record / LM-2116 / México / 2 años | $839 | Coppel | --- | --- | $839 | Coppel | --- | --- |
| Birtman / Ultravent UB-2140M / México / 1 año* | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |

* No se encontró el producto en las tiendas visitadas para la recopilación de precios.
Nota: Las direcciones de los establecimientos que se muestran en el cuadro, las puede solicitar en el teléfono 5625 6700 ext. 1621 o en el correo **quienesquien@profeco.gob.mx**

para todos
Lic. Víctor Anaya.

# Enfermedades raras

En la mayoría de los países, incluyendo México, para que una enfermedad específica se considere como rara debe afectar a menos de 5 personas de una población de 10,000 mil.

Se calcula que, del total de pacientes sintomáticos con la enfermedad de Fabry, **sólo han sido diagnosticados 1 de cada 20 en México.**

La enfermedad de Gaucher se presenta en **1 de cada 100,000 personas.**

Aproximadamente hay entre

**6,000 y 8,000 enfermedades raras,**

y sólo hoy, existen tratamientos específicos para unas cuantas.

suscríbete

**Aprovecha** la **suscripción anual** y obtén **dos meses más ¡Gratis!**
Sólo **$300**

**GanarSalud**

*La revista que* **te cuida**

Pediatría • Adolescentes • Salud para Él y Ella • En Plenitud • Nutrición
Salud Mental • Sexualidad • Del Siglo XXI • Medicina del Deporte y **¡Mucho Más!**

**¡Suscríbete ya!: 5515 3825 ó 5515 3818, suscribete@ganarsalud.com**

**Ecoturismo en México**

# Fábrica sustentable de AVENTURAS

Ahora que el planeta nos ha dado tantas muestras de cómo ha sido afectado por la actividad humana, es más necesario que nunca cobrar conciencia de nuestros actos y conducirnos de manera responsable a favor de la vida. Por eso, vale la pena que revises estas opciones para hacer de la naturaleza tu mejor opción para vacacionar... por supuesto, sin atentar en su contra.

El turismo ha adquirido diferentes modalidades a través del tiempo, entre las que destacan el turismo con fines de negocio y, por encima de todo, el meramente recreativo. Al tratarse de un sector primordial de la economía mundial, ha sufrido cambios permanentemente, de acuerdo con la necesidad que tienen los turistas de experimentar momentos únicos según sus propios gustos y las tendencias sociales; y justo una de estas tendencias es la búsqueda de contacto con la naturaleza de forma activa y responsable, misma que ha dado lugar al surgimiento del llamado "ecoturismo", donde la finalidad es relacionarse con la naturaleza a través de la apreciación y el conocimiento de ésta, así como la realización de actividades recreativas que impliquen un reto físico.

De acuerdo con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat), el objetivo del ecoturismo es crear actividades que propicien el contacto directo con la naturaleza, preservando el medio ambiente y sin atentar contra el bienestar de la localidad. Por otra parte, la Organización Mundial de Turismo y la Comisión para la Cooperación Ambiental de América del Norte –de las que México forma parte– indican que el ecoturismo debe cumplir con las siguientes condiciones:

- Ayudar a la protección de los ecosistemas y sus recursos naturales mediante medidas de conservación prácticas y objetivas.
- Sensibilizar a la población local y foránea sobre la importancia de los recursos naturales, de tal manera que los valore y participe activamente en la conservación y aprovechamiento sustentable de los ecosistemas.
- Fomentar en los visitantes cambios de actitud y acciones responsables hacia la naturaleza, que repercutan en beneficio del medio ambiente y de la comunidad.
- Contribuir a que la comunidad sea el actor principal en la planeación, control político, operación y distribución de los beneficios económicos de todo proyecto.
- Propiciar el respeto a las culturas locales, sus tradiciones, usos y costumbres, como un factor que posibilite el intercambio cultural entre las comunidades residentes y los visitantes.

## Amigos de la naturaleza

De acuerdo con el Informe de Competitividad de Viajes y Turismo del 2011, elaborado por el Foro Económico Mundial, en los últimos años México ha avanzado ocho lugares en el *ranking* internacional, pasando de ser el número 51 al 43 en un conjunto de 139 países evaluados. En cuanto a su posición en Latinoamérica, el turismo mexicano pasó del cuarto al segundo lugar, siendo superado únicamente por Barbados, y dejando atrás a Costa Rica y a Brasil, países que hace un año estaban mejor ubicados que México.

Hay que destacar que, entre los factores que contribuyeron a mejorar esta posición, están los abundantes recursos naturales con los que cuenta el país, que lo colocan en décimo lugar en el mundo, con cuatro sitios naturales reconocidos como Patrimonio de la Humanidad. Además, es uno de los cinco países con mayor biodiversidad en el planeta, al contar con más de 200 mil especies de flora y fauna: primer lugar en reptiles, con 707 especies conocidas; segundo en mamíferos, con 438; cuarto en anfibios, con 290; y cuarto lugar por su flora, con 26 mil diferentes especies. También es considerado el segundo país con más ecosistemas en el mundo y el cuarto en lo que se refiere a la cantidad de especies en general. Alrededor de 2 mil 500 especies y 170 mil kilómetros cuadrados del territorio nacional (lo que equivale a 5% del total de su extensión) están legalmente protegidos. Esto incluye 34 reservas de la biosfera, 64 parques nacionales, cuatro monumentos naturales, 26 áreas protegidas de flora y fauna, cuatro áreas protegidas por sus recursos naturales (conservación del suelo, cuenca hidrológica y bosques) y 17 santuarios (zonas ricas en diversidad de especies).

**Alrededor de 2,500 especies y 170 mil kilómetros cuadrados del territorio nacional están legalmente protegidos**

Las oportunidades para el ecoturismo en México están dispersas por todo el territorio, aunque son cinco las zonas que más han sobresalido como destinos, todas ellas con distinta geología, vida vegetal, vida salvaje y niveles de infraestructura para los visitantes. Tres de estos puntos geográficos se encuentran en la zona desértica del norte del país: la Biosfera del Mar de Cortés, la vecina península de Baja California y el Cañón del Cobre; mientras que los otros dos están en la húmeda y tropical zona sur: la Biosfera Sian Ka'an y Chiapas, que cuenta con seis parques nacionales.

## Tipos de ecoturismo

Pero hablar de ecoturismo es referirnos a varias cosas distintas, ya que esta clasificación abarca varios subgéneros que merecen ser abordados uno a uno.

## 1. TURISMO DE AVENTURA

Como su nombre lo indica, esta forma de diversión supone el gusto por asumir ciertos riesgos y por emplear alguna habilidad y esfuerzo físico. Este segmento, a su vez, está compuesto por diversas actividades que pueden ser agrupadas de acuerdo con el espacio natural en el que se practican.

### Buceo

El buceo es considerado un deporte que se realiza en aguas que pueden ser dulces o saladas, pero considerablemente profundas, razón por la que es necesario contar con la asistencia de un equipo mecánico apropiado. Esta actividad se puede llevar a cabo con fines recreativos o científicos pero, en cualesquiera de los casos, se requiere de cierta preparación física y un equipo de respiración asistida que permita a la persona mantenerse bajo el agua durante largo tiempo.

**Estados de la República donde se puede bucear:** Baja California Sur, Colima, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Oaxaca, Quintana Roo, San Luis Potosí y Veracruz.

### Haz de tu viaje una auténtica experiencia ecológica

- Estés donde estés, recicla... este hábito también debe realizarse fuera de casa.
- Si viajas en auto es mejor que lo hagas acompañado, resulta más entretenido, más barato, y conseguirás que con la misma cantidad de gasolina viajen más personas y el impacto al medio ambiente sea menor.
- Procura que las ventanillas del auto se mantengan arriba. La aerodinámica del vehículo depende mucho de las posibles entradas de aire. El llevar las ventanillas abajo durante el viaje puede incrementar el gasto de combustible.
- Recoge tus colillas, ya sea en el bosque, la playa o la ciudad. Estas pequeñas partes residuales del tabaco tardan más de dos años en biodegradarse y contaminan decenas de litros de agua.
- No compres o recojas elementos de la biodiversidad. Intenta que tu impacto sea el menor posible evitando comprar muestras de especies animales o vegetales e, incluso, de restos de rocas.

### Surf

Otra de las modalidades del turismo de aventura que trae consigo fuertes dosis de adrenalina es ésta. El llamado surfista utiliza una tabla que tiene aproximadamente 2.5 metros de largo y pesa alrededor de 10 kilos para, de pie sobre ella, desplazarse a gran velocidad montado en una ola que rompe. Debido al grado de dificultad y de riesgo que conlleva la práctica de este deporte, requiere de preparación previa para llevarse a cabo.

**Estados de la República donde se puede surfear:** Baja California Sur, Jalisco, Nayarit, Oaxaca y Veracruz.

### Esnórquel

Para algunos, esta actividad es equivalente a una práctica de buceo pero a ras de agua. El practicante necesita estar equipado con una máscara de buceo, un tubo llamado esnórquel y aletas. Su atractivo principal es que brinda la oportunidad de observar la vida submarina en un entorno natural sin requerir de un equipo complicado ni de la preparación que exige el buceo.

**Estados de la República donde se puede esnorquelear:** Baja California Sur, Guerrero, Jalisco, Nayarit, Quintana Roo y Veracruz.

### Kayak

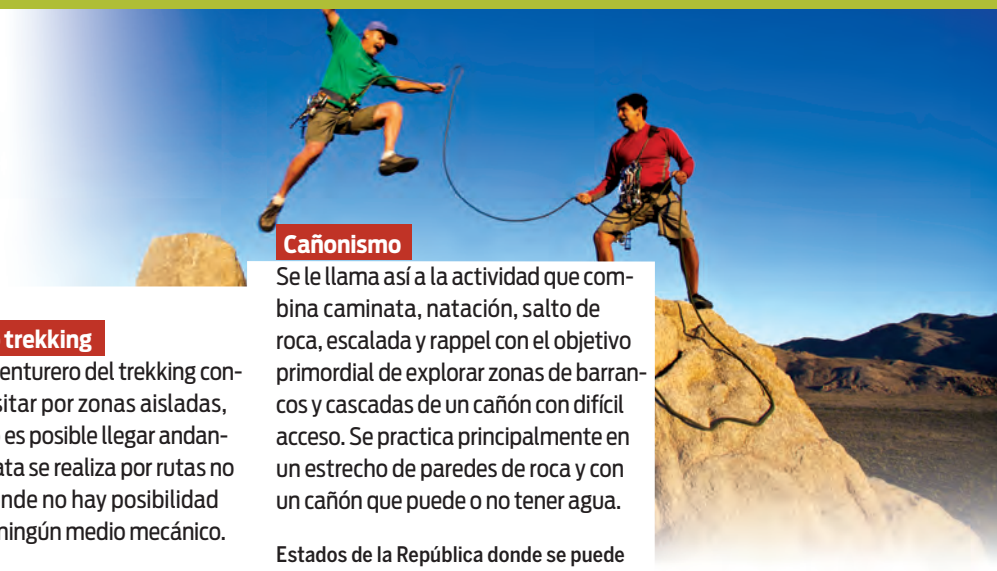
La práctica de este deporte es a bordo de una embarcación ligera, normalmente de plástico o fibra de vidrio, que es puesta en marcha gracias a la propulsión generada por uno, dos o cuatro tripulantes, valiéndose para ello de una pala de doble hoja. De acuerdo con las características del bote, este deporte se puede practicar en aguas tranquilas (lagos, presas o piscinas), aguas bravas (ríos de montaña o canales) o, incluso, en mar abierto.

**Estados de la República donde se puede hacer kayak:** Baja California Sur, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Sonora y Veracruz.

### Rafting

Ideal para los amantes de la velocidad y de las emociones fuertes, esta actividad, también conocida con el nombre de "rápidos", consiste en recorrer el cauce de ríos turbulentos a bordo de balsas neumáticas llamadas "rafts". Contrario a lo que pudiera parecer, este deporte no requiere forzosamente de experiencia previa, ya que existen circuitos para principiantes en donde la navegación es muy sencilla.

**Estados de la República donde se puede hacer rafting:** Chiapas, Morelos, Nuevo León, San Luis Potosí y Veracruz.



## Cañonismo

Se le llama así a la actividad que combina caminata, natación, salto de roca, escalada y rappel con el objetivo primordial de explorar zonas de barrancos y cascadas de un cañón con difícil acceso. Se practica principalmente en un estrecho de paredes de roca y con un cañón que puede o no tener agua.

**Estados de la República donde se puede hacer cañonismo:** Chihuahua, Colima, Distrito Federal, Durango, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Tamaulipas y Veracruz.

## Ciclismo de montaña

Se trata, sin duda alguna, de uno de los deportes extremos que cuenta con más seguidores. Montado sobre una bicicleta diseñada especialmente para transitar por este tipo de superficies, el ciclista puede recorrer grandes distancias en terrenos ríspidos y muchas veces peligrosos.

Dentro del ciclismo de montaña existen dos categorías: cross country y downhill. La primera consiste en completar un recorrido compuesto de subidas y bajadas prolongadas en cualquier tipo de terreno, por lo que es necesario que la persona cuente con buena condición física; en la segunda, el objetivo es descender de una montaña lo más rápido posible.

**Estados de la República donde se puede hacer ciclismo de montaña:** Baja California Sur, Chiapas, Chihuahua, Colima, Distrito Federal, Durango, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Tamaulipas, Veracruz y Yucatán.

## Caminata o trekking

El carácter aventurero del trekking consiste en transitar por zonas aisladas, a las que sólo es posible llegar andando. La caminata se realiza por rutas no marcadas donde no hay posibilidad de introducir ningún medio mecánico.

**Estados de la República donde se puede hacer trekking:** Baja California, Baja California Sur, Chiapas, Chihuahua, Colima, Distrito Federal, Durango, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sonora, Tabasco, Tlaxcala, Veracruz y Yucatán.

## Expediciones

Ésta puede ser una de las actividades más ricas en lo que respecta a la exploración y conocimiento de la naturaleza, ya que se ajusta a la medida de los intereses y la imaginación del practicante. Su fin último, más que obtener una determinada cantidad de puntos, llegar a una meta preestablecida o contar con la suficiente destreza para llevar algo a cabo, es descubrir los misterios y las maravillas del entorno que se explora, muchas veces con el objetivo de difundir la conservación de los recursos naturales y culturales de México.
Bajo esta lógica es que existen expediciones de educación ambiental, que sirven para crear conciencia sobre la conservación de la naturaleza; o eco-arqueológicas, que promueven el conocimiento de la cultura.

**Estados de la República donde se pueden hacer expediciones:** Baja California, Baja California Sur, Chiapas, Chihuahua, Colima, Distrito Federal, Durango, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sonora, Tabasco, Tlaxcala, Veracruz y Yucatán.

## Escalada en roca

Para ascender por paredes de piedra no sólo se requiere de fuerza física, sino mental, ya que el reto puede presentarse tan complicado que el temor y la sensación de vértigo pueden convertirse en los principales obstáculos para alcanzar el objetivo. Para realizar esta actividad es indispensable contar con la preparación óptima y el equipo mecánico idóneo, ya que implica riesgos importantes; eso sí, quien logra vencer el miedo y dominar la técnica, se lleva a cambio una experiencia espectacular.

**Estados de la República donde se puede escalar:** Chiapas, Chihuahua, Colima, Distrito Federal, Durango, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Tamaulipas, Tlaxcala y Veracruz.

## Paracaidismo

Ésta es, definitivamente, otra de las actividades predilectas para los aficionados a la adrenalina, ya que se necesita una buena dosis de valor para arrojarse de un avión, avioneta o helicóptero al vacío (por lo mismo, se recomienda la abstención en personas con problemas cardiacos). Para quien vaya a saltar por primera vez, es necesario que tome un curso y haga un test de seguridad.

**Estados de la República donde se puede hacer paracaidismo:** Chihuahua, Distrito Federal, Guanajuato, Jalisco, Morelos, Nuevo León, Querétaro y Quintana Roo.

## Viaje en globo aerostático

Verlos volar desde tierra firme resulta un verdadero espectáculo, debido a su colorido y elegante diseño, pero viajar en uno de ellos se convierte en toda una experiencia que permite apreciar distintos paisajes desde una perspectiva sin igual. Ya que se trata de un vehículo que no tiene ningún tipo de propulsor, su desplazamiento es generado por corrientes de aire.

**Estados de la República donde se puede viajar en globo:** Distrito Federal, Estado de México, Hidalgo, Querétaro y Tlaxcala.

## Rappel

Contrario a lo que ocurre en la escalada, en donde el reto es ascender por una pared de piedra hasta alcanzar la cima, en el rappel se trata de descender por superficies verticales valiéndose de una cuerda. Por el tipo de lugares en los que se puede practicar, ofrece vistas espectaculares. Además de practicarse como deporte o actividad recreativa, tiene un uso funcional en lugares donde el descenso de otra forma es complicado o demasiado inseguro.

**Estados de la República donde se puede hacer rappel:** Baja California Sur, Chiapas, Chihuahua, Colima, Distrito Federal, Durango, Estado de México, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala y Veracruz.

## Vuelo en parapente

Esta práctica deportiva requiere conocimiento técnico, táctico y práctico que se debe adquirir previo al comienzo de la práctica. Sin embargo, para quien sólo está interesado en vivir esta experiencia como hecho aislado, sin necesidad de aprender a dominar el vehículo, existe la opción de volar acompañado de un instructor. Aunque puede tener cierta semejanza con el salto en paracaídas, la diferencia es que en esta actividad el practicante no salta al vacío desde un avión, sino que despega desde una ladera.

**Estados de la República donde se puede volar en parapente:** Colima, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nuevo León y Puebla.

## Tirolesa

¿Hay una forma más emocionante de ir de una montaña a otra, que deslizándose por una cuerda metálica con la ayuda de una polea? Diseñadas para propiciar el desplazamiento gracias a la fuerza de gravedad, las tirolesas son una forma muy divertida de apreciar la naturaleza, con grandes emociones pero sin correr ningún riesgo.

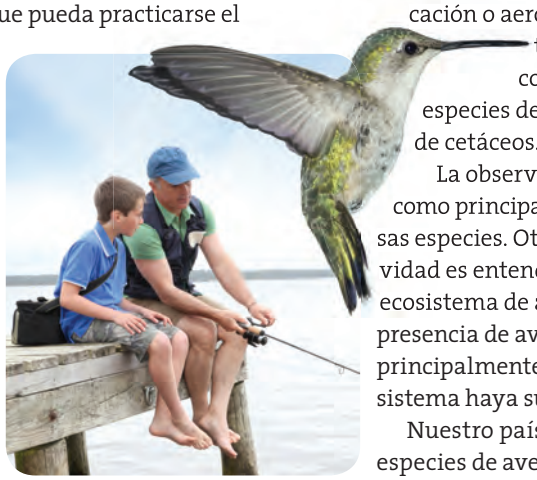
**Estados de la República en donde se puede hacer tirolesa:** Baja California, Baja California Sur, Chiapas, Chihuahua, Colima, Distrito Federal, Durango, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz y Yucatán.

## 2. TURISMO RURAL

Otra manera de realizar prácticas turísticas en contacto directo con la naturaleza, es mediante el llamado agroturismo o turismo rural, que agrupa una serie de actividades en las que se aprovecha la cultura del campo para atraer visitantes, ofreciéndoles como principal atractivo la posibilidad de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas, procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros, además de artesanía.

Uno de los principales requisitos para que pueda practicarse el agroturismo es que haya un paisaje predominantemente natural y cierta infraestructura de transporte, alojamiento y restaurantes.

Por otro lado, el agroturismo es también una posibilidad de diversificación de las actividades agrícolas y agroindustriales que beneficia a la localidad, generando fuentes de empleo y motivos para permanecer en los espacios rurales de los que son originarios.



## 3. ICTIOTURISMO

Mejor conocido como pesca deportiva, el ictioturismo ofrece a quien lo practica la sensación de capturar, medir, pesar y devolver al agua la pieza pescada, para evitar la extinción de las especies.

En México se destinan exclusivamente a la pesca deportiva 50 millas náuticas, y se tienen contabilizadas nueve especies de peces en total, seis de ellas llamadas "picudos" (cuatro tipos de marlin, pez vela y pez espada), además del sábalo, el pez gallo y el pez dorado. Un requisito indispensable para ejercer esta actividad es contar con permiso de pesca deportiva.

## 4. AVISTAMIENTO DE AVES Y CETÁCEOS

La observación de animales en su ambiente natural ayuda a reconocer el valor de la biodiversidad y la responsabilidad de los turistas con la preservación del medio ambiente.

El avistamiento de cetáceos, particularmente, consiste en emprender un viaje en algún tipo de embarcación o aeroplano, o bien, visitar algún mirador terrestre con el fin de observar, nadar con o escuchar a cualquiera de las 83 especies de ballenas, delfines u otras especies de cetáceos.

La observación de las aves, por otro lado, tiene como principal atractivo la contemplación de diversas especies. Otro elemento importante en esta actividad es entender cuáles son las condiciones de un ecosistema de acuerdo con la escasa o abundante presencia de aves. Por ejemplo, si se observan pocas, principalmente migratorias, es probable que tal ecosistema haya sufrido un deterioro considerable.

Nuestro país es refugio de más de un millar de especies de aves, por lo que no es difícil avistarlas en cualquier estado de la República. Tan sólo en la Ciudad de México se tienen clasificadas 316 especies, y los mejores sitios para verlas son el Parque Ecológico de Xochimilco, el Ajusco y sus áreas colindantes, el Bosque de Tlalpan y el Jardín Botánico de la Universidad Nacional Autónoma de México.

## Duerme con la conciencia tranquila

- Un ecoalojamiento está construido con materiales propios de cada región, lo cual se integra con armonía a la naturaleza.
- Utilizan energías renovables.
- El reciclaje y la reutilización de materiales también son empleados.
- Algunas ciudades donde puedes encontrar opciones de ecoalojamiento son: Acapulco, Guerrero; Cuernavaca, Morelos; Palenque, Chiapas; y Manzanillo, Colima.

## TURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS

**De acuerdo con Semarnat, las áreas protegidas son porciones terrestres o acuáticas del territorio nacional representativas de los diversos ecosistemas, en donde el ambiente original no ha sido alterado y que producen beneficios ecológicos cada vez más reconocidos y valorados.**

**La Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conanp) administra actualmente 174 áreas naturales de carácter federal que representan más de 25 millones 334 mil 353 hectáreas. Alrededor de 5.5 millones de turistas visitan anualmente las áreas protegidas del país, dejando una derrama económica por la prestación directa del servicio turístico calculada en 3 mil millones de pesos anuales.**

**Este segmento del turismo dentro de estas áreas debe verse como una gran oportunidad para el desarrollo de México, siempre y cuando la actividad otorgue valor significativo a los elementos naturales del área, genere derrama económica a la población local y no modifique ni ponga en riesgo el entorno natural del área.**


**Fuentes:**
· Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas. (2011). "Áreas protegidas decretadas". En http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/ (Recuperado el 17 de abril de 2012).
· Granet, Amaia y Hélène Fonfrède. (2005). *Desarrollo turístico en la región de la mariposa monarca: situación actual y propuestas.* México: Semarnat e Instituto Nacional de Ecología. En http://www.semarnat.gob.mx/temas/ordenamientoecologico/Documents/documentos_monarca/informe_turistica_monarca.pdf (Recuperado el 17 de abril de 2012).
· Guevara Manzo, Gloria. (2010). *Turismo sustentable en México.* México: Secretaría de Turismo. En http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/1290/1/images/Turismo_Sustentable_Mexico.pdf (Recuperado el 17 de abril de 2012).
· Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2003). *Guía de Normatividad Ambiental aplicable al Ecoturismo Comunitario.* México: Semarnat. En http://www.semarnat.gob.mx/informacionambiental/publicaciones/Publicaciones/GUIA_NORMAT_AMB.pdf (Recuperado el 17 de abril de 2012).
· Visiting México. "Turismo rural en México". En http://www.visitingmexico.com.mx/turismo-en-mexico/turismo-rural.php (Recuperado el 17 de abril de 2012).
· Xola Adventury Consultants. (2009). *Reporte del diagnóstico sobre el potencial de los recursos de turismo de naturaleza en México.* En http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/852/1/images/DIAGNOSTICOAVENTURA.pdf (Recuperado el 17 de abril de 2012).
· Zona Turística. (s.f.)."Recorridos culturales". En http://www.zonaturistica.com/ecoturismo/recorridos_culturales.html (Recuperado el 17 de abril de 2012).

# Autoempleo: una generación juvenil que se reencuentra

Vivimos en una época de cambio. Ante la falta de oportunidades, los jóvenes del siglo XXI tienen en sus manos la creación de nuevos paradigmas. El futuro de las nuevas generaciones depende, en gran medida, de la capacidad de llevar a cabo las acciones necesarias para desarrollar por sí mismos una actividad económica que les provea el sustento, es decir, de la capacidad de autoemplearse.

El desempleo es un problema mundial que afecta a cualquier edad, pero hoy en día se ensaña con la población joven. Estamos hablando de toda una generación que está iniciando su vida laboral en un clima de falta de oportunidades y, en el mejor de los casos, trabajo mal remunerado, subcontratado o precario. Este gravísimo problema ha alcanzado niveles dramáticos desde las crisis de 2008 y 2009.

En el Foro Económico Mundial 2012 (WEF, por sus siglas en ingés), celebrado el pasado enero en Davos, Suiza, la mesa dedicada a este tema se llamó "Adverting lost generation", pues se advierte ya la inminencia de una generación perdida como consecuencia de la falta generalizada de oportunidades para los jóvenes en todo el mundo, lo mismo en las grandes economías que en las emergentes.

De hecho, es en los países industrializados donde el problema ha cobrado mayor protagonismo. Los millones de jóvenes que cada año se incorporan al mercado laboral se encuentran con que no existen plazas suficientes para ocuparlos. Se les llama "nimil" a los jóvenes profesionistas que no alcanzan a percibir "ni" "mil" euros al mes para su sustento. Los "nimil" buscan nuevas formas de hacerse de ingresos extra y de estirar el poco dinero que reciben. Sus planes a futuro son cada vez más inciertos, pues a la mayoría de los miembros de esta generación le es imposible alcanzar el nivel de vida que tuvieron sus padres a su edad.

En los países en vías de desarrollo la situación no es nueva, sólo es un poco más grave que antes, pues ya no afecta sólo a los más pobres y vulnerables, sino también a las clases media y alta, para las que cada vez es más difícil alcanzar el nivel de bienestar que antes prometían la educación y la familia. Mientras en Europa preocupa que el ingreso sea inferior a los mil euros, en México 58% de la población recibe menos de tres salarios mínimos al mes[1] –alrededor de un tercio de mil euros–, y muchos de los jóvenes no están en posibilidades de estudiar; por lo tanto, no pueden ser profesionistas ni conseguir trabajo. De ahí proviene la palabra "nini", para nombrar a aquel que "ni" estudia "ni" trabaja. Por ello, en países como México, el reto es fundamental, pues se trata no sólo de crear puestos de trabajo, sino también de mejorar la calidad del empleo de millones de jóvenes.

[1] Informe Coneval.

## EVOLUCIÓN DEL PROBLEMA GLOBAL

Aunque a partir de 2002, la economía florecía y el desempleo general iba disminuyendo de forma sostenida, tras estallar la crisis en 2008 la tasa global de desempleo juvenil llegó a 13%, la mayor que se haya registrado mundialmente. Esta cifra ha variado muy poco a la fecha, y es claro que aún no se han dejado de sentir los estragos de la crisis.

Sin embargo, la alarma no sólo recae sobre la cantidad de parados pues, entre aquellos que trabajan, los jóvenes tienen mayores probabilidades de laborar jornadas extenuantes o de medio tiempo involuntario, subcontratados o bajo acuerdos de trabajo informales, temporales o intermitentes, en condiciones inseguras, sin prestaciones ni oportunidad de crecimiento y con salarios muy bajos. Esto quiere decir que los trabajadores jóvenes están más expuestos a la pobreza que los de otras edades. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) reportó que, en 2008, de 309 millones de jóvenes trabajadores, cerca de 152 millones –más de 28% de todos los trabajadores jóvenes del mundo– vivían con sus familias con menos de 1.25 dólares al día.

El problema, entonces, no es sólo el desempleo, sino la falta de lo que la OIT denomina "trabajo decente", el cual se basa en la idea de que el trabajo es una fuente de dignidad personal, estabilidad familiar, democracia, paz en la comunidad y crecimiento económico que expanda las oportunidades de más trabajo productivo y desarrollo empresarial. Por lo tanto, el trabajo forzoso, el inequitativo, el peligroso o inseguro, en condiciones de contratación injustas y mal pagado –sin hablar del trabajo infantil–, van en contra de los principios del trabajo decente.

Al no contratar jóvenes, éstos quedan fuera de la posibilidad de adquirir experiencia y ser agentes de cambio, socavando así su autoestima y sus sueños, alimentando la desidia y la apatía. Los jóvenes construyen los cimientos de las sociedades del futuro. Su energía, talento y creatividad son indispensables para el crecimiento y desarrollo de la economía; al excluirlos, se pierde la capacidad de las empresas y países de innovar y desarrollar ventajas competitivas. Una generación sin esperanza sembraría problemas muy graves, no sólo en la economía, sino a nivel familiar y social. La falta de oportunidades mantiene a este sector tan importante de la población en una situación sumamente vulnerable y, por ende, en jaque al futuro de la civilización.

¿Por qué sucede esto? Porque no se están generando nuevas plazas. El crecimiento demográfico en las últimas décadas ha rebasado al crecimiento económico. Y, por otro lado, mucho se ha discutido sobre cómo los avances tecnológicos tienden a reemplazar a los recursos humanos.

En el WEF 2012 se planteó que existen millones de mujeres y hombres jóvenes para hacer funcionar el mercado laboral, y otros tantos que van a ingresar a éste en los próximos diez años ¿Cómo producir esos trabajos? No es suficiente con la educación, pues hay que propiciar una economía que produzca el trabajo para esa gente y, en el mundo de hoy, eso se ha mostrado casi imposible.

> Se advierte ya la inminencia de una generación perdida como consecuencia de la falta generalizada de oportunidades para los jóvenes en todo el mundo, lo mismo en las grandes economías que en las emergentes

## ¿Y LOS JÓVENES MEXICANOS?

En el país, poco más de la quinta parte de la población total –alrededor de 20 millones– tiene entre 15 y 24 años (Conapo, 2010). A pesar de que a esta edad se espera que las personas se superen, muchos de los jóvenes tienen que enfrentar carencias, dificultades para acceder a la educación y falta de oportunidades de empleo, aunadas a una estigmatización negativa, tal como señala Héctor Castillo Berthier, de la Unidad de Estudios sobre la Juventud de la UNAM, en su análisis "Los jóvenes... ¿cuál futuro?".

El informe del Programa Regional de Empleo para América Latina y el Caribe (PREALC) señala que en la mayoría de estos países las tasas de desocupación entre los jóvenes duplican o triplican los promedios del conjunto de la población económicamente activa. La tasa de desempleo en México, de 2005 a 2008, se mantuvo en un promedio de 3.6%, en 2009 se

disparó a 6.2, y al cuarto trimestre de 2011 era de 5.7 (datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo ENOE, del INEGI), es decir que aún no nos hemos recuperado. Otro dato: la mitad de los desempleados es menor de 30 años.

En lo que se refiere a la remuneración de los jóvenes en comparación con los adultos, el informe PREALC muestra que los menores de 20 años perciben la mitad del salario mínimo en promedio, en tanto que jóvenes de 20 a 24 años de edad reciben el mínimo. Lo anterior podemos considerarlo una generalidad en toda América Latina, en el sentido de que el desempleo juvenil es, en todos los países de la zona, muy superior al desempleo adulto.

Berthier advierte que este problema afecta tanto a aquellos con estudios universitarios, como a los que no los tienen. De ahí que la educación ya no garantice la movilidad social, como hace algunas décadas: "Datos recientes señalan que, en México, de cada diez egresados universitarios, sólo siete encontrarán trabajo, y de estos últimos sólo cuatro lo harán en algún empleo relacionado con la profesión que eligieron". Por su parte, Gabriel Zaid, en su libro *Empresarios oprimidos*, revela que "[u]na paradoja del empleo en México es que las personas de mayor escolaridad tienen menos posibilidades de encontrarlo".

Los desempleados con educación superior o preparatoria son el triple que aquellos con primaria incompleta, por lo que propone apoyar más la calidad de la educación básica que la de las universidades, con el fin de que adquieran las herramientas para que, en el futuro, generen puestos de trabajo: "México produce más profesionistas de los que puede ocupar, con una capacitación inadecuada para lo que hace falta y, además, no orientados a crear empleo, sino a tratar de conseguirlo".

Esta cuestión de la empleabilidad es escasamente considerada, tal como advierte Samuel González Guzmán, presidente ejecutivo de Fundación E, dedicada a capacitar y apoyar el autoempleo y la microempresa, quien explicó en entrevista que, la manera en la que están concebidas las licenciaturas y las ingenierías, sigue siendo muy teórica, mientras que los niveles de especialidad que se requieren en los puestos que se ofrecen, son más bien de competencia.

Además, es importante tomar en cuenta que la educación profesional está constituida, en mayor medida, para jóvenes con cierta estabilidad familiar económica; por esta razón, para los grupos vulnerables el acceso es más difícil, y tienen que encontrar otras formas de superación. Pero, ¿qué alternativas hay?

## UN NUEVO PARADIGMA: EL AUTOEMPLEO

Para combatir el desempleo juvenil, según Berthier, una primera propuesta es la capacitación laboral, pero hay que considerar que "la capacitación no genera puestos de trabajo". Si estimamos que tampoco las empresas están en condiciones de generar empleos suficientes –los cuales, por cierto, tendrían que ser alrededor de un millón al año–, es claro que se vuelve necesario cambiar el paradigma. Y esto ya lo han venido haciendo muchos jóvenes y organizaciones que han advertido que las opciones ya no son las mismas, y que no es posible achacar toda la responsabilidad a los gobiernos y a las empresas: quien quiera

> Los jóvenes construyen los cimientos de las sociedades del futuro. Su energía, talento y creatividad son indispensables para el crecimiento y desarrollo de la economía; al excluirlos, se pierde la capacidad de innovar y desarrollar ventajas competitivas

mejorar su situación, tiene que ser por sí mismo un agente de cambio, desde sus posibilidades. El que es bueno para algo, puede ofrecer a la sociedad sus habilidades, y buscar la forma de autoemplearse.

No es que esta alternativa sea sencilla, según la Encuesta Nacional de Juventud 2010, actualmente, apenas el 12% de los jóvenes entre 14 y 29 años ha adoptado esto como una solución. Zaid critica que, en México, "la visión que predomina en el imaginario, ignora o le da muy poca importancia a la vocación empresarial, dándole más peso a la creación de empleos. Su modelo mental no es la creación de empresas que empleen a otros, sino la búsqueda de empleos maravillosos en empresas o instituciones creadas por otros". No obstante, existe una vocación emprendedora y de superación entre los mexicanos, lo cual se demuestra en estudios como el realizado por la fundación estadunidense Erion Marion Kauffman, y el de Global Entrepreneurship Monitor, en los que se cuantificó que 10% de la población del país vecino había emprendido algún negocio, pero entre los latinos este porcentaje fue de 14%. En este orden, los mexicanos tuvieron un índice de 18%, superior a todos los demás grupos de población.

Esto no lo saben muchos de nuestros jóvenes, pero aquellos que no se han dejado llevar por la desesperanza y la apatía, se niegan a aceptar para sí mismos el desempleo y la precariedad laboral que les ofrece el entorno del momento, y han visto en el autoempleo y la generación de microempresas, la estrategia para encarar su situación.

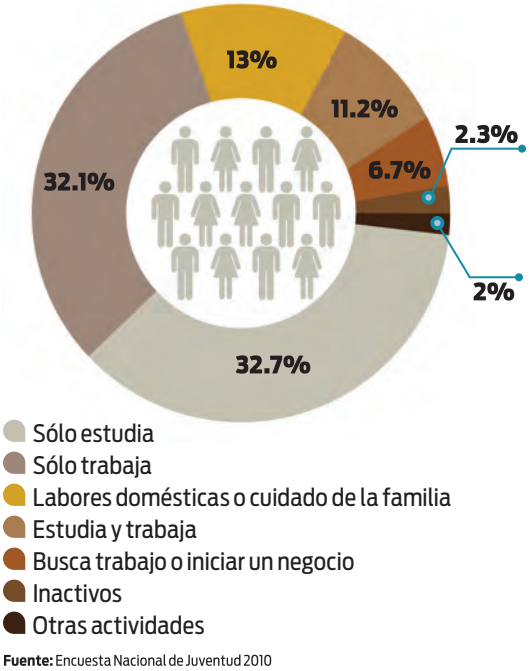
Un caso es el de Lorenia, mercadóloga de 28 años, quien abrió una taquería hace un año en la capital del país. Recién egresada de la universidad quiso fundar una empresa de mercadeo, pero no prosperó por falta de experiencia y de recursos. Entonces, dejó ese proyecto pendiente, de manera que entró a trabajar en una empresa con el fin de aprender y capitalizarse.

Luego decidió poner una taquería, y aprovechó la oportunidad al encontrar un lugar estratégico, cercano a muchos centros de trabajo. Así que consiguió un préstamo para comenzar cuando aún estaba empleada. Sin embargo, perdió su trabajo y no ha podido recolocarse, por lo que está dedicada de lleno a su restaurante.

Aunque asegura que manejar su tiempo le deja mucha satisfacción, reconoce que ha tenido dificultades por su inexperiencia en el ramo: "No tiene que ver con la carrera que estudié, nunca había sido administradora". Por eso está capacitándose, tomando cursos de la Secretaría de Turismo, dedicados a empresas restauranteras y hoteleras, y pronto ingresará a un programa de incubadoras de negocios.

Como señala Lorena García Mendoza, de la Universidad de las Américas, en su estudio "Autoempleo juvenil", esta tendencia responde a una creciente valoración positiva de los jóvenes, en cuanto a la flexibilidad y autonomía que permiten tener un negocio propio y ser el propio jefe. Por lo que varias instituciones públicas y privadas se han propuesto incentivar el autoempleo juvenil, por ver en ello una solución a la demanda laboral de este grupo poblacional, entendiendo que esta iniciativa promueve la productividad y genera una cultura de organización entre los jóvenes.

## DISTRIBUCIÓN DE LOS JÓVENES DE 14 A 29 AÑOS POR ACTIVIDAD




**Fuente:** Encuesta Nacional de Juventud 2010

En su investigación, García encontró que un gran número de los proyectos están orientados al comercio y al servicio, por lo que se ve que hace falta promover proyectos de industria y desarrollo de ciencia y tecnología. En su mayoría, estos jóvenes ya han trabajado, principalmente por la necesidad de percibir un ingreso, pero para varios de ellos esta incursión representó la posibilidad de seguir estudiando, así como de tener una capacitación a la que sólo se puede acceder a través de la experiencia diaria. Muchas ideas que los motivaron a emprender un negocio fueron concebidas durante su educación o en su incursión en el campo laboral. Ahí pudieron identificar necesidades no satisfechas y medir su capacidad para darles respuesta de forma creativa y diferente.

Los jóvenes se autoemplean porque quieren lograr independencia económica, desean realizar su sueño de tener una empresa propia, tienen interés en contribuir con ideas que mejoren su entorno, esperan alcanzar autonomía y seguridad, y pretenden expandir o hacer crecer un proyecto o idea que ya están realizando. Sin embargo, no se trata sólo de la libertad que se tiene para organizar el propio tiempo o responsabilidades sino, también, "la posibilidad de hacer otra cosa distinta a lo que se es, representa la oportunidad de modificar un destino que les ha sido asignado socialmente por

el hecho de ser jóvenes". En definitiva, los beneficios obtenidos por los jóvenes emprendedores van más allá de mejorar su economía, pues trascienden hacia su entorno personal y social, como oponentes a la tendencia y al determinismo fatalista de su generación.

Por todo esto, Gabriel Zaid señala que es importante impulsar la microempresa, respetando y favoreciendo la producción con recursos modestos que consideren la pequeña escala; empresas de oportunidad que requieren de poca inversión. Este intelectual, que ha hablado mucho sobre el tema del autoempleo, ha hecho énfasis en que, finalmente, la mayoría de las empresas en México son micro, y generan muchos más empleos que las de mayor tamaño, mientras que estas últimas requieren inversiones descomunales y generan menos empleos, en proporción con la inversión que representan.

Las inversiones en pequeño son más productivas y generan más puestos de trabajo. Zaid recalca que desear que todos los mexicanos sean ejecutivos, técnicos o personal calificado de una gran empresa, es poco realista, porque las grandes empresas son sólo 4% de las existentes en el país.

> "Los beneficios obtenidos por los jóvenes emprendedores van más allá de mejorar su economía, pues trascienden hacia su entorno personal y social, como oponentes al determinismo fatalista de su generación"

## LOS APOYOS

Existen organizaciones no lucrativas dedicadas a apoyar el emprendimiento y el autoempleo, algunas dedicadas a los jóvenes, como Fundación E, con presencia en todo el país. Otras están abiertas a gente de todas las edades, como Proempleo, que surgió a raíz de la crisis de 1994 y ha ido creciendo de manera sostenida, apoyando a personas para su inserción en el mundo productivo, con el fin de generar riqueza, y que se sostiene por medio de donativos y aportaciones de sus clientes. Ambas se encuentran en las diferentes entidades del país, apoyadas por los gobiernos locales o estatales, y también por el gobierno federal.

Asimismo, tratándose de jóvenes, los institutos de la juventud, tanto de los estados y municipios, como el nacional, así como los de economía y desarrollo económico, cuentan con información y programas. Muchos de ellos abren convocatorias para concursos de jóvenes emprendedores cada año, cuyos ganadores se hacen acreedores a premios en efectivo para impulsar su proyecto empresarial. Si tienes el interés de hacer realidad algún negocio, acércate a cualesquiera de estas instancias con el fin de que te orienten, y aprovecha los apoyos disponibles.

Compartamos México, especialista en microcréditos, ha tomado en cuenta a los microempresarios de escasos recursos, con mucho éxito –2.3 millones de clientes a la fecha–, posibilitando el desarrollo de proyectos en comunidades rurales y marginadas. Atiende a personas de todas las edades, desde la mayoría de edad, con tan sólo presentar la credencial de elector y un comprobante de domicilio; y casi 30% de sus clientes es menor de 30 años. Se trata de un producto de banca solidaria, es decir, cada cliente se integra en un grupo de su comunidad que se apoya para pagar, y prestan entre 2 mil 500 y 27 mil pesos; por lo que es ideal para jóvenes que aún no cuentan con experiencia ni ningún tipo de patrimonio, tal como manifestó en entrevista Daniel Manrique, gerente de Relaciones Externas de esta institución.

Recordemos que un mejor futuro para México y para sus habitantes es responsabilidad de cada mexicano. No hay que sentarse a esperar a que el gobierno y los poderosos resuelvan el problema del desempleo. La solución tiene que venir desde la población, y el futuro se siembra en la juventud. Hay que mantener vivos los sueños de aquellos que aún los tienen; los jóvenes no saben que las cosas son imposibles y, por eso, son posibles.

**Entrevistas:**
· Samuel González Guzmán, presidente ejecutivo de Fundación E.
· Daniel Manríquez Barragán, gerente de Relaciones Externas de Compartamos Banco.
· Tane Lorenia Uribarren Espinosa, joven emprendedora.

**Fuentes:**
· Castillo Berthier, Héctor. (2001). "Los jóvenes populares, ¿cuál futuro?". Unidad de Estudios sobre la Juventud, IIS. México: UNAM. En http://www.unesjuv.org/INV_L3_doc5.pdf (Recuperado el 16 de marzo de 2012).
· Fundación Proempleo. http://proempleo.org.mx/inicio/?page_id=854
· García Mendoza, Lorena Yazmín. (2009): "Autoempleo juvenil. Posibilidades y alteraciones". México: CREFAL. En http://repositoriodigital.academica.mx/jspui/handle/987654321/21834 (Recuperado el 16 de marzo de 2012).
· INEGI. (2011). ENOE: Indicadores de Ocupación y Empleo al Cuarto Trimestre de 2011. En http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2/Default.aspx?s=est&c=25433&t=1 (Recuperado el 16 de marzo de 2012).
· Organización Internacional del Trabajo. Empleo para la justicia social y una globalización equitativa. Programas de la OIT. En http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/documents/publication/wcms_141383.pdf (Recuperado el 16 de marzo de 2012).
· Zaid, Gabriel. (2010). *Empresarios oprimidos*. México: Gandhi.
· Instituto Mexicano de la Juventud (2011): Encuesta Nacional de Juventud 2010 Resultados generales. México: Imjuve.

# FUNDACIÓN E

Para esta fundación, la motivación es el punto de partida ante el desánimo que reina entre los jóvenes por la falta de oportunidades. Afirman que las alternativas han cambiado, y que no son las que eran antes, pero existen. También reconocen que hay un gran déficit de empleo, pues se necesita generar un millón de puestos de trabajo, pero nadie ha podido lograrlo; ni los gobiernos de ningún nivel, ni las empresas, ni la sociedad civil. Por eso consideran que se requiere de la participación de los jóvenes, por iniciativa propia. Estos programas, primero que nada, invitan a tener esa iniciativa.

Su postura es reconocer el problema partiendo de que no todo está en manos del gobierno; cada quien tiene que hacer su trabajo. Fundación E recibe apoyo de los tres niveles de gobierno, ya sea con recursos económicos o generando políticas con el fin de facilitar el desarrollo del emprendedor. Eso, según Samuel González Guzmán, su presidente ejecutivo, es lo que más ayuda, pues a veces las mismas autoridades son las que asfixian el crecimiento emprendedor, al imponer sanciones o trámites muy complicados.

1 El primer paso del programa es "La caravana del emprendedor"; se le llama así porque son dos tráileres que viajan a través de varias ciudades del país. En cada una, y durante dos días, se atienden entre 2 mil y 3 mil personas. Se les propone la opción de autoemplearse, muy localmente y de manera muy focalizada para despertar su interés.

2 El siguiente paso es el diplomado de negocios Jóvenes Emprendedores, orientado al autoempleo y a la generación de microempresas, que abarca las habilidades y actitudes necesarias para emprender un negocio o proyecto.

En este diplomado se aprende a elaborar un proyecto y un plan de negocios o de autoempleo. Tiene un costo de 3 mil pesos, lo que a algunos podría parecer mucho, pero es necesario conseguirlos, pues conseguir fondos es parte del programa. Consideran que quien no pueda conseguir 3 mil pesos hoy, no podrá conseguir mañana una cantidad mayor para levantar su proyecto. Además, con estas aportaciones se hace posible que la fundación opere con o sin el apoyo del gobierno.

3 La etapa final es la incubadora de empresas, que pertenece a la Secretaría de Economía, pero es operada por Fundación E, en donde se le da seguimiento a los proyectos hasta que prosperan.

Otro aspecto importante es que la fundación promueve el pago de impuestos, considerado un factor esencial para tener una empresa sana, sólida y creciente. En la vida de toda empresa llega un momento en el cual, quien no está constituido y no da comprobantes fiscales, no puede vender a clientes más grandes.

Muchos jóvenes empresarios que se han acercado a Fundación E están teniendo éxito; algunos están exportando y hay quienes han participado en concursos y ferias internacionales de negocios.

Fundación E, además, orienta a la población sobre los apoyos y financiamientos. Incluso ha firmado un convenio con un portal norteamericano de inversión con el objetivo de invitar a microinversionistas –con montos que van desde los 50 o 100 dólares– a apoyar proyectos de jóvenes emprendedores. También se ha invitado a los migrantes mexicanos a invertir sus remesas en los negocios del país.

Todos estos servicios puedes encontrarlos en las delegaciones y subdelegaciones. Localiza la tuya.

# PROFECO servicios

**Te invitamos a conocer nuestros canales de contacto y a utilizar las herramientas a tu disposición para defender tus derechos:**

**Revista del Consumidor en Línea:** consulta los estudios de calidad, Tecnologías Domésticas, programas de radio y TV, además de *webcasts*, *podcasts*, y artículos sobre consumo inteligente. Visita **revistadelconsumidor.gob.mx**

**Contacto ciudadano:** es el espacio de atención ciudadana en el que proveedores y consumidores pueden realizar trámites, como solicitudes de calibración de instrumentos de medición, venta de hologramas y asesoría en general. Escríbenos a **contacto_ciudadano@profeco.gob.mx**

**Brújula de compra:** suscríbete a este *newsletter* para recibir artículos, análisis de precios, estudios comparativos y recomendaciones para ahorrar y comprar con conocimiento. Encuéntralo dentro de **profeco.gob.mx**

**Registro Público para Evitar Publicidad:** para evitar recibir publicidad no deseada en tu teléfono, inscribe tu número al **9628 0000** (DF, zona metropolitana, Guadalajara y Monterrey) o **01 800 962 8000** (resto del país).

**Concilianet:** cero filas, cero espera, cero papel. Sólo necesitas una computadora con acceso a internet y la disposición de hacer valer tus derechos. En **concilianet.profeco.gob.mx** puedes presentar tu queja con los proveedores que ya concilian en línea.

**Asesorías:** entra en contacto directo con especialistas en derechos del consumidor en **asesorías@profeco.gob.mx**

**Quién es Quién en los Precios:** herramienta en línea para consultar el precio de cerca de 2 mil productos de abarrotes, carnes, lácteos, frutas, verduras, electrodomésticos, línea blanca y medicamentos en 23 ciudades del país.

**Buró comercial:** ¿quieres saber el número y motivo de quejas o reclamaciones contra proveedores, así como si los contratos de adhesión que utilizan contienen cláusulas abusivas o inequitativas? Consúltalo en **burocomercial.profeco.gob.mx**

**Asociaciones de consumidores:** únete con tus vecinos y amigos para defender tus derechos como consumidor, protegerte de proveedores abusivos y difundir la cultura de un consumo responsable. Contáctanos en **asociaciones@profeco.gob.mx**

**Procitel:** a través del Programa de Citas por Teléfono es posible concertar un encuentro en tu delegación o subdelgación **Profeco** para iniciar un proceso de queja contra algún proveedor. Para hacer uso de este servicio, comunícate al **Teléfono del Consumidor**.

**Teléfono del Consumidor:** recibimos tus dudas, quejas y denuncias. Ten siempre a la mano el **5568 8722** (DF y zona metropolitana) y **01 800 468 8722** (resto del país).

# Directorio de delegaciones

## OFICINAS CENTRALES

Av. José Vasconcelos 208, colonia Condesa, delegación Cuauhtémoc, México DF.
**Centro de Documentación Profeco (Cedoc)**
Consulta o compra la **Revista del Consumidor**, adquiere los libros publicados por **Profeco** y accede a una biblioteca especializada en consumo. Lunes a viernes de 9:00 a 18:00.

## DELEGACIONES PROFECO

### AGUASCALIENTES
Juan de Montoro #103, col. Centro, CP 20000, Aguascalientes. Tel. 916 2969

### BAJA CALIFORNIA
Guadalupe Victoria #9440, edificio Daroca, a espaldas de Plaza Fiesta, col. Zona del Río, CP 22320, Tijuana. Tel. 684 8916
**Subdelegación:** Av. Pioneros #1005, Palacio Federal, colonia Centro Cívico, CP 21000, Mexicali. Tel. 557 3084

### BAJA CALIFORNIA SUR
Jalisco s/n, esq. Francisco I. Madero, col. Pueblo Nuevo, CP 23060, La Paz. Tel. 122 8077

### CAMPECHE
Av. 16 de Septiembre s/n, Palacio Federal, primer piso, col. Centro, CP 24000, Campeche. Tel. 811 0672

### COAHUILA
Blvd. Venustiano Carranza #2879 (a un lado del SAT), col. La Salle, CP 25240, Saltillo. Tel. 416 5445
**Subdelegación:** Av. Matamoros #1285 Poniente, col. Centro, CP 27000, Torreón. Tel. 712 6406

### COLIMA
José Antonio Torres #402, esq. Av. Rey Colimán, col. Centro, CP 28000, Colima. Tel. 314 6949
**Subdelegación:** Balbino Dávalos #54, esq. Carrillo Puerto, col. Centro, CP 28200, Manzanillo. Tel. 332 9180

### CHIAPAS
Circunvalación Tapachula #844, col. Moctezuma, CP 29030, Tuxtla Gutiérrez. Tel. 602 5938
**Subdelegación:** Octava Avenida Sur #46, entre 2ª y 4ª Poniente, col. Centro, CP 30700, Tapachula de Córdoba. Tel. 626 7501

### CHIHUAHUA
Av. Benjamín Franklin #3220, interior 7, col. Margaritas. CP 32315, Cd. Juárez. Tel. 613 5087
**Subdelegación:** Ramírez #2007, esq. Calle 22, col. Pacífico, CP 31030, Chihuahua. Tel. 410 0778

### DISTRITO FEDERAL
**Centro** (Benito Juárez, Gustavo A. Madero, Cuauhtémoc, Azcapotzalco): Dr. Carmona y Valle #11, 4º y 5º piso, col. Doctores, CP 06720. Tel. 5578 0412
**Oriente** (delegaciones políticas: Iztacalco, Iztapalapa y Venustiano Carranza): Azafrán #18 1er piso, col. Granjas, CP 08400. Tel. 5686 1900
**Poniente** (delegaciones políticas: Álvaro Obregón, Cuajimalpa, Magdalena Contreras, Miguel Hidalgo): Toltecas #23, esq. Calle 10, col. San Pedro de los Pinos, CP 01180. Tel. 5272 5056
**Sur** (Milpa Alta, Tláhuac, Tlalpan, Coyoacán y Xochimilco): Periférico #5323, col. Isidro Fabela, CP 14030. Tel. 5528 7419

### DURANGO
Zaragoza #110 Sur, col. Zona Centro, CP 34000, Victoria de Durango. Tel. 825 3327

### ESTADO DE MÉXICO
**Naucalpan:** Avenida 3 #47, entre Avenida de las Torres y Blvd. Toluca, col. Fraccionamiento Industrial Naucalpan, CP 53370. Tel. 5576 6059
**Nezahualcóyotl:** Cucaracha #293, esq. Gustavo Baz, col. Benito Juárez, CP 57000. Tel. 5743 5746
**Tlalnepantla:** Mario Colín #56, col. Centro, CP 54000. Tel. 5390 7539
**Toluca:** Santos Degollado #103 (enfrente del Cosmovitral), col. Centro, CP 50000. Tel. 215 7070
**Ecatepec:** Av. Hank González #50, Mza. 44, pasillo 29 (Center Plaza Ecatepec), col. Valle de Anáhuac, CP 55210. Tel. 5774 5006

### GUANAJUATO
5 de Mayo #341, col. Obregón, CP 37320, León de los Aldama. Tel. 716 6044
**Subdelegación:** Av. Guerrero #1385, esq. Fco. Sarabia (a una cuadra del estadio), col. Moderna, CP 36690, Irapuato. Tel. 635 2414

### GUERRERO
Av. Costera Miguel Alemán #304, col. Centro, CP 39300, Acapulco de Juárez. Tel. 483 1558
**Subdelegación:** Av. Vicente Guerrero #112, col. Centro, CP 40000, Iguala de la Independencia. Tel. 332 7450

### HIDALGO
Cuauhtémoc esq. pasaje a la iglesia La Villita #700, col. Revolución, CP 42060, Pachuca. Tel. 714 0636

### JALISCO
Marsella #49, 2º piso, Sector Juárez, col. Americana, CP 44160, Guadalajara. Tel. 3615 7383

### MICHOACÁN
Blvd. García de León #1908, col. 5 de Diciembre, CP 58280, Morelia. Tel. 315 6150

### MORELOS
Av. Atlacomulco #76, antes 202, col. Acapantzingo, CP 62440, Cuernavaca. Tel. 314 5918

### NAYARIT
Av. México #142 Sur, col. Centro, CP 63000, Tepic. Tel. 212 3457

### NUEVO LEÓN
Av. Profesor Moisés Sáenz #602, col. Mitras Centro, CP 64460, Monterrey. Tel. 8347 4849

### OAXACA
Heroico Colegio Militar #1109, planta alta, col. Reforma, CP 68050, Oaxaca. Tel. 513 4141

### PUEBLA
19 Sur #506, desp. 103, col. La Paz, CP 72160, Heroica Puebla de Zaragoza. Tel. 232 6700

### QUERÉTARO
Av. Constituyentes #102, Oriente, planta baja, col. Quintas del Márquez, CP 76047, Santiago de Querétaro. Tel. 223 5722

### QUINTANA ROO
Av. Coba #9 y 11, Supermanzana 22 (frente al Seguro Social), col. Centro, CP 77500, Cancún. Tel. 884 2634
**Subdelegación:** Av. Juárez por 45 Sur, local #7 (interior Plaza Papagallos), col. Centro, CP 77710, Playa del Carmen. Tel. 803 1261

### SAN LUIS POTOSÍ
Librado Rivera #215, col. Del Valle, CP 78200, San Luis Potosí. Tel. 841 2500

### SINALOA
Blvd. Francisco I. Madero #744 Poniente, col. Centro, CP 80000, Culiacán de Rosales. Tel. 712 5848

### SONORA
Oaxaca #150 Poniente, esq. Escobedo, Edificio San Enrique, col. Centro, CP 83000, Hermosillo. Tel. 213 8620
**Subdelegación:** Chihuahua #169 Sur, entre Guerrero e Hidalgo, col. Centro, CP 85000, Ciudad Obregón. Tel. 415 2588

### TABASCO
Carmen Cadena de Buendía #133, col. Nueva Villahermosa, CP 86070, Villahermosa. Tel. 312 3795

### TAMAULIPAS
Juan B. Tijerina #925, col. Centro, CP 87000, Ciudad Victoria. Tel. 312 9471
**Subdelegación:** Blvd. Morelos #475 esq. República de Argentina, col. Anzalduas, CP 88630, Reynosa. Tel. 922 7769
**Subdelegación:** Av. Hidalgo #5004, primer piso, local 1, col. Sierra Morena, CP 89210, Tampico. Tel. 213 2432

### TLAXCALA
Calle 33 #203, col. Loma Xicohténcatl, CP 90070, Tlaxcala de Xicohténcatl. Tel. 462 7835

### VERACRUZ
Av. Salvador Díaz Mirón #2880, esq. Salubridad, col. Fraccionamiento Moderno, CP 91918, Veracruz. Tel. 100 3894
**Subdelegación:** Cánovas #2, col. Centro, CP 91000, Xalapa. Tel. 812 4382

### YUCATÁN
Calle 49 #479-A, entre calles 54 y 56, col. Centro, CP 97000, Mérida. Tel. 928 5966

### ZACATECAS
Fernando Villalpando #214, col. Centro, CP 98000, Zacatecas. Tel. 922 0460

# ¡DESORDEN EN EL PLATO DEL BUEN COMER!

**¡Recáspita! Todo era tranquilidad en el Plato del Buen Comer hasta que diez alimentos de los tres grupos que lo conforman decidieron jugar a las escondidillas. ¿Puedes ayudar a encontrarlos para regresarlos a donde pertenecen?**

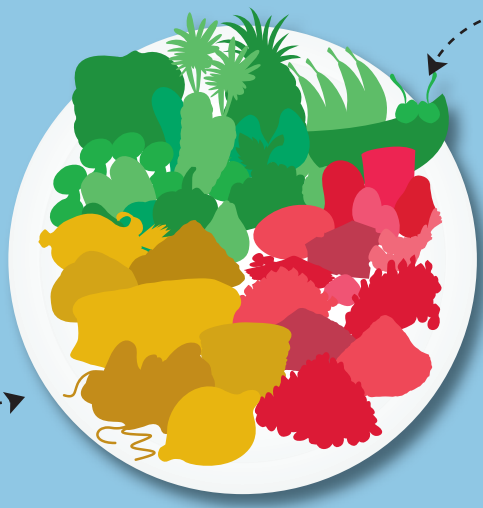
**Pon atención, los diez alimentos que se han fugado de su grupo son:**
1 Un par de fideos de pasta, 2 una manzana coqueta, 3 un pescado burlón, 4 una papa risueña, 5 una pera nerviosa, 6 un brócoli sonriente, 7 un quesillo dormilón, 8 una cebolla (que no se ha bañado en días), 9 un par de cacahuates expertos en escondites y 10 un par de chiles muy silenciosos.

## ¿DE DÓNDE VIENEN?

Ahora que sabes a quiénes debes encontrar, es importante que conozcas dónde deben de ir. El Plato del Buen Comer está dividido en tres grupos según los nutrientes que tienen en común. Estos son:

### CEREALES Y TUBÉRCULOS

Este grupo te aporta muchas vitaminas y minerales, además de una buena dosis de fibra que ayuda a tu estómago a trabajar mejor.



### VERDURAS Y FRUTAS

Te dan la mayor parte de la energía que necesitas, además de vitaminas.

### LEGUMINOSAS Y ALIMENTOS DE ORIGEN ANIMAL

Las proteínas son su especialidad. Son indispensables para el crecimiento, pues además tienen minerales y vitaminas.

Si te fijas, los tres grupos tienen más o menos el mismo tamaño. En cada comida debes combinar al menos un alimento por grupo. Y el chiste es variarle lo más que se pueda. (Aunque, aquí entre nos, del grupito de las verduras puedes comer todas las que quieras).

### CADA QUIEN CON SU CADA CUAL

¿Puedes adivinar a qué grupo pertenece cada uno de los alimentos fugitivos? ¿No? Pues aquí tienes unas pistas de a cuál pertenecen.
**1) Verduras y frutas:** la manzana, la pera, el brócoli, los chiles y la cebolla.
**2) Cereales y tubérculos:** los fideos de la pasta y la papa.
**3) Leguminosas y alimentos de origen animal**: el pescado, el quesillo y los cacahuates.

**Ahora sí, ¡regrésalos a su lugar para tener una comida balanceada!**

**Fuente:** Facultad de Medicina de la Universidad Autónoma de México. Consultado en http://www.facmed.unam.mx/deptos/salud/periodico/30%20plato/index.html (Última revisión el 12 de abril de 2012).

**Gráfico:** Bruno Piña

EL TURNO DE →

# Fernanda Tapia

Consumidora

Ex ovolactovegetariana, fanática de los viajes, compradora compulsiva y "tilichenta". Una de las voces más emblemáticas, nos revela su rostro como consumidora.

**¿En qué gastaste tu primer sueldo?**
En gasolina, y me alcanzaba para muy poco, porque ganaba 15 pesitos por noticiario leído.

**¿La peor compra de tu vida?**
Un terreno en Morelos porque, junto con él, compré muchos problemas. Ha sido uno de los grandes aprendizajes que me ha dejado la vida. No lo volvería a hacer.

**¿Alguna vez has dejado de comprar un producto por su publicidad?**
Sí, yo sí he ejercido mi poder de consumidora.

**Cuando te dan "gato por liebre", ¿reclamas o te aguantas?**
Pero claro que reclamo. Yo no me dejo, porque me da mucho coraje la impunidad, porque va desde que te dan un kilo de 800 gramos o gasolina a medias hasta que maten a alguien y no lo metan al tambo.

**¿Te gusta el *shopping*?**
¡Uta, sí! Soy compradora compulsiva... perdón.

**¿En qué gastas sin miramientos?**
En cosas para mi hija. Si puedo, lo hago. Y en viajes, no tengo un varo porque en eso se me va.

**Fernanda vs. oferta, ¿quién gana?**
¡Híjole! La oferta. Además, el problema es que esto no se cura.

**Si juntaras todos los tickets de compra de tu vida, ¿cuál ganaría?**
Restaurantes. Aunque ahora prefiero comer en casa, porque mi marido es cuasi chef.

**¿Eres despilfarradora?**
Sí, pero ahora que estudié generaciones, veo que tiene su razón de ser. Hay algo que para mí no es despilfarro, pero para mi madre sí. Para ellos era muy importante guardar el dinero; yo, como vi muchas devaluaciones, prefiero invertirlo o convertirlo en otras cosas. No creo en el dinero guardado, creo que está para servirnos y no para esclavizarnos o rendirle culto.

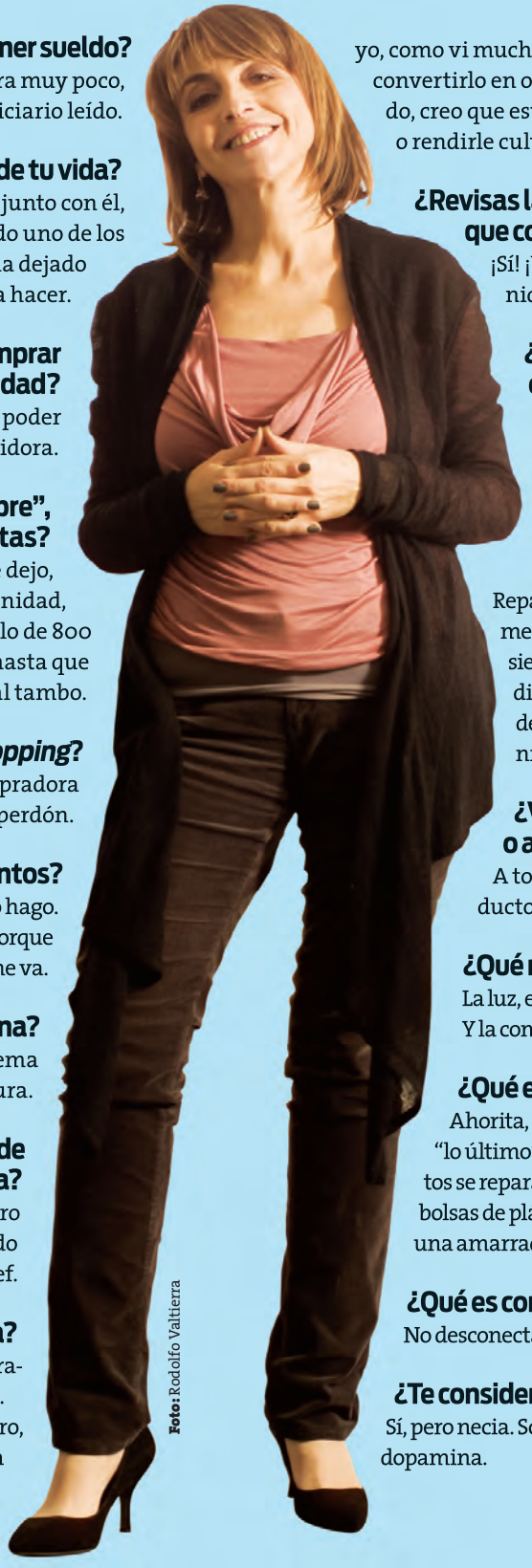


Foto: Rodolfo Valtierra

**¿Revisas las etiquetas de los productos que compras?**
¡Sí! ¡Uta, cañón! Les reviso sobretodo el contenido nutricional, porque vivo a dieta.

**¿Productos nacionales o extranjeros?**
Nacionales, porque seguramente estarán más frescos y menos contaminados por la traída y la llevada. Pero hay cosas en las que ni cómo hacerle.

**¿Reparar o comprar un producto?**
Reparar hasta el cansancio. No remiendo las medias porque sale más caro. Me provoca ansiedad la separación por más que creo ser budista y decirle no al apego. Tengo una batidora de 48 años, y mantengo al sastre de mi colonia. Repinto mis zapatos y les cambio suelas.

**¿Vas al súper, al mercado, o a la tiendita de la esquina?**
A todos y cada uno, hasta que consigo el producto que quiero.

**¿Qué no soportas que se desperdicie?**
La luz, está carísima. El agua, me angustia. Y la comida, me da mucho terror.

**¿Qué es un gasto inútil?**
Ahorita, mucha de la tecnología, porque te compras "lo último" y a los tres meses ya está *passé*. Ya ni los autos se reparan. Y eso me angustia, porque yo hasta a las bolsas de plástico les pongo "diurex". Me dicen que soy una amarrada.

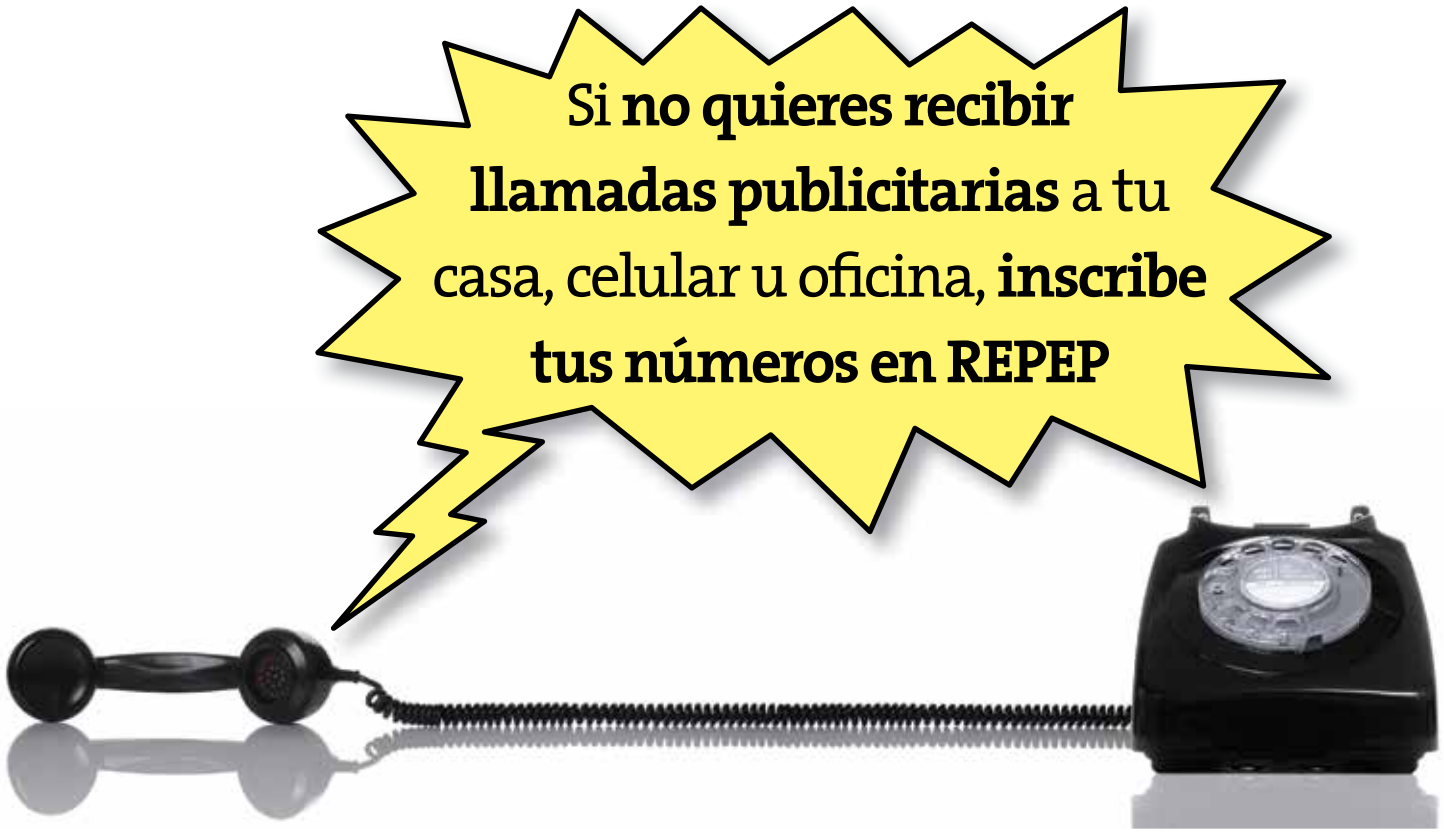
**¿Qué es consumo consciente?**
No desconectar la neurona al momento de elegir y pagar.

**¿Te consideras una consumidora inteligente?**
Sí, pero necia. Soy discriminadora, pero a veces me gana la dopamina.

# Registro Público para Evitar Publicidad

REGISTRO PÚBLICO PARA EVITAR PUBLICIDAD

## LA PRIVACIDAD ES TU DERECHO




- Marca al **9628 0000** DF, zona metropolitana, Guadalajara y Monterrey o **01 800 962 8000** en el resto del país, las 24 horas, los 365 días del año.
- Si pasados 30 días de estar inscrito una empresa vuelve a llamarte, denúnciala al Teléfono del Consumidor: **5568 8722** DF y zona metropolitana o **01 800 468 87 22** en el resto del país.

Sin tanto rollo

Síguenos en Twitter:
@profeco

# Somos consumidores, tenemos el PODER

Todo lo que necesitas saber en un solo lugar

Portal del Consumidor

consumidor.gob.mx

# PLATILLO *sabio*

El PSP se refiere a la posibilidad de integrar, en un solo platillo, verduras, cereales, leguminosas o alimentos de origen animal que cumplan con los principios y requerimientos de una dieta equilibrada.

Todos los ingredientes utilizados han sido cuidadosamente cuantificados para asegurar que las preparaciones sean agradables y nutritivas, es decir, que te aporten energía, proteínas, vitaminas y minerales.

Además, se usan con moderación alimentos que los expertos en nutrición recomiendan no consumir en grandes cantidades, como azúcares refinados, carne roja, sal y grasas saturadas. Por ello, aquí te enseñaremos a preparar platillos nutritivos, económicos, deliciosos, prácticos e imaginativos.

En esta ocasión te proponemos una alternativa rica en proteínas provenientes del pescado y el queso, con una exquisita salsa que brinda un buen aporte de carbohidratos y potasio de la papa y las tortillas, y de fibra y calcio de los nopalitos.

Con la segunda opción obtienes un buen consumo de energía, gracias a la pasta y a las verduras; el brócoli, aparte de ser rico en fibra y vitaminas B1, E, A, C y B9 –o ácido fólico–, es anticancerígeno. Además, el tocino, la crema y el queso, no sólo le dan un delicioso sabor a este platillo, también le aportan proteínas sin exceder la cantidad de grasas recomendada, para que disfrutes sanamente.

¡Buen provecho!

*El PSP está avalado por la nutrióloga María Rosa Ochoa Camposeco.*

Profeco

Fotos: Armando Rodríguez. Estilismo culinario: Nelly Güereña

# 85. PESCADO EN SALSA DE CASCABEL

**APORTE NUTRIMENTAL POR RACIÓN**

**Kilocalorías 598 * Proteína 29 g * Grasa 26 g * Colesterol 64 mg * Fibra dietética 8 g**

## INGREDIENTES (6 RACIONES)

- 6 filetes de pescado (600 g) (cazón, bagre, bandera o cintilla)
- 100 g de queso fresco desmoronado
- ½ taza de media crema (125 ml)
- 10 chiles cascabel (50 g) desvenados, asados y remojados
- 250 g de tomate verde asado
- 3 jitomates asados (400 g)
- 3 nopales cortados en cubos (330 g)
- 4 papas (870 g) cocidas, peladas y cortadas en cubos
- 2 dientes de ajo asados (4 g)
- ½ cebolla asada (100 g)
- 9 cucharadas de aceite (10 ml)
- Sal y pimienta al gusto
- 360 g de tortillas

## PREPARACIÓN

1. Licua los jitomates con el tomate verde, los chiles, los dientes de ajo y la cebolla hasta que la salsa se vea homogénea.
2. En una sartén, calienta dos cucharadas de aceite y sofríe los nopales partidos, con un poco de sal, hasta que se consuma toda la baba. Retira de la sartén y reserva.
3. En la misma sartén, calienta dos cucharadas de aceite; luego cuela la salsa de tomates y sofríela. Salpimienta al gusto y deja al fuego hasta que sazone. Agrega la crema, incorpora perfectamente y, después, añade las papas y los nopalitos. Deja a fuego bajo por 5 minutos.
4. Lava, escurre y seca el pescado. Salpimienta. En una sartén, calienta el aceite y dora los filetes por ambos lados.
5. Baña los filetes con la salsa y espolvoréalos con queso.
6. Acompaña con las tortillas calientes.

# 86. MACARRONES CON BRÓCOLI

**APORTE NUTRIMENTAL POR RACIÓN**

Kilocalorías 513 * Proteína 23 g * Grasa 25 g * Colesterol 49 mg * Fibra dietética 3 g

**INGREDIENTES (6 RACIONES)**

- 300 g de macarrón rallado, cocido al dente
- 1 brócoli grande (700 g)
- 360 g de requesón
- 180 g de queso mozzarella rallado
- ½ cebolla morada finamente picada (100 g)
- 6 tomates cherry o 1 jitomate saladet (90 g)
- 2 dientes de ajo finamente picados (4 g)
- 100 g de tocino en trocitos
- 4 cucharadas de aceite de oliva o de cualquier otro (40 ml)
- ½ cucharadita de pimiento rojo molido
- 1 pizca de nuez moscada
- Sal y pimienta al gusto

**PREPARACIÓN**

1. Separa el brócoli en pequeños racimos y córtale el tallo, pélalo y córtalo en trozos pequeños. Enjuaga y cuécelo a vapor o en agua hirviendo con un poco de sal, por espacio de unos 7 minutos o hasta que el tallo se sienta ligeramente suave. Escurre.
2. Calienta dos cucharadas de aceite y fríe el tocino picado≠, acitrona la cebolla y el ajo, agrega el brócoli y saltea por unos minutos. Añade la pimienta y el pimiento rojo. Reserva.
3. Mezcla cuidadosamente el macarrón con dos cucharadas de aceite y el brócoli preparado. Aparte, mezcla los dos tipos de queso con una pizca de nuez moscada y pimienta hasta que la mezcla quede homogénea. Reserva.
4. En un refractario, coloca una capa de pasta con brócoli y cubre con la mitad del queso.
5. Repite la operación anterior y finaliza con la capa de queso.
6. Introduce al horno precalentado a una temperatura de 200 °C y hornea hasta que la capa de queso se vea ligeramente dorada.
7. Sirve de inmediato y adorna con unas rebanadas de tomate.

En revistadelconsumidor.gob.mx busca la preparación de estos platillos en video, a cargo del chef Edgar Núñez.
@EdgarNunezM

# SUSCRÍBETE AHORA

# $250

## 12 NÚMEROS POR EL PRECIO DE 10

CORRESPONDENCIA CON PORTE POR COBRAR
SOLAMENTE SERVICIO NACIONAL

REGISTRO POSTAL
RESPUESTAS
RP09-0278
AUTORIZADO
POR SEPOMEX

No necesita estampillas
**Depositar en cualquier buzón**

RESPUESTAS A
PROMOCIONES
COMERCIALES

Revista del **Consumidor**

**Administración Postal núm. 40, CP 06140, México, DF**

**Renovación de suscripción**

**Suscripción nueva**

**Llenar con letra de molde**

**Nombre:** _____

**Dirección:** _____

_____

**Colonia:** _____

**Delegación o municipio:** _____

**Estado:** _____ **CP:** _____

**Teléfono:** _____

### Formas de pago

**Correo:** envía este cupón con giro inmediato a nombre de la Procuraduría Federal del Consumidor.

**Fax:** envía este cupón con tus datos completos y las referencias de tu tarjeta de crédito a los teléfonos **5553 0574** o **5516 6612.**

**Teléfono:** llama al **01 800 468 8722** lada sin costo desde cualquier otro lugar de la República, para pagos con tarjeta de crédito Visa o Mastercard.

**Depósito interbancario:** llama al **5516 6612** o **5212 0468**, desde el DF y zona metropolitana, o al **01 800 468 8722**, larga distancia sin costo, para solicitar línea de captura, referencia y convenio.

**Multipagos:** entra a pagos.profeco.gob.mx, regístrate, llena el formulario, selecciona el servicio y obtén tu suscripción.

**Delegaciones:** busca en la página **76** tu delegación **Profeco** más cercana, visítala y suscríbete.

**Tus datos personales quedan protegidos conforme a los lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI).**

**Si no recibes a tiempo tu revista, escríbenos a circulacion@profeco.gob.mx o llama a nuestro departamento de suscripciones a los teléfonos: 5516 6612, 5516 6939 y 5212 0468**